

Rapport nr. 1/04

*Ikke-finansiell
rapportering*

**– En kartlegging av praksis i
Norges 100 største bedrifter**

Maria Gjølberg og Christine Meling

ISBN: 82-7480-137-7

ISSN: 0806-8992

ProSus 2004
Program for forskning og utredning
for et bærekraftig samfunn (ProSus)
Senter for utvikling og miljø
Universitetet i Oslo
Postboks 1116 Blindern
0317 Oslo
Tlf: 22 85 89 00
Faks: 22 85 87 90
informasjon@prosus.uio.no
www.prosus.uio.no
Besøksadresse: Sognsveien 68, 4. etg

FORORD

ProSus er et anvendt "Strategisk universitetsprogram" ved Senter for utvikling og miljø (SUM), Universitetet i Oslo. Programmet er opprettet av Norges forskningsråd, Divisjon for store satsinger under programmet for "Miljø, energi og bærekraftig utvikling". Utgangspunktet for finansieringen er en bevilgning over seks år fra Utdannings- og forskningsdepartementet (UFD).

ProSus skal produsere og formidle ny kunnskap til støtte for en bedre realisering av nasjonale mål for bærekraftig utvikling. Programmets mandat for inneværende periode (2000-2005) er fokusert på tre oppgaver:

- Kartlegging og evaluering av Norges oppfølging av Rio-avtalene og retningslinjene fra FN-kommisjonen for bærekraftig utvikling. Programmet fokuserer på de politiske, sosiale og økonomiske mål ved UNCED-prosessen (United Nations Conference on Environment and Development), og skal legge fram regelmessige rapporter om framdrift i Norge med hensyn til erklærte mål og verdier.
- Måltrettet strategisk forskning omkring hindringer og muligheter for en mer rasjonell og effektiv realisering av bærekraftig utvikling. Virksomheten gjennomføres i samarbeid med andre forskningsinstitusjoner, både nasjonalt og internasjonalt, og i dialog med frivillige organisasjoner og representanter for nærings- og arbeidslivet.
- Informasjon og formidling om alternative styringsstrategier, virkemidler og normative framtidsperspektiver for et mer bærekraftig samfunn, lokalt, nasjonalt og globalt. Virksomheten koordineres via nettverk med andre forsknings- og formidlingstiltak på dette området.

I tillegg til bøker og artikler i vitenskapelige tidsskrifter, publiserer ProSus løpende rapporter og arbeidsnotater for å formidle programmets resultater på en hurtig og direkte måte til nøkkelaktører og beslutningstakere i arbeidet for bærekraftig utvikling. Samtlige publikasjoner av denne typen er kvalitetssikret av én eller flere seniorforskere, og gir til sammen en løpende orientering om resultatene fra ProSus' kjerneprogram SusLink..

En oversikt over programmets prioriterte prosjekter og samtlige publikasjoner er tilgjengelig på vår nettside: www.prosus.uio.no. Henvendelser om programmets virksomhet og bestilling av publikasjoner kan også rettes per telefon til informasjonsansvarlig Kirsti Svenning: 22 85 87 95.

William M. Lafferty
Professor i statsvitenskap
Programleder, ProSus

Kirsti Svenning
Informasjonsansvarlig
ProSus

INNHold

FORORD	3
SAMMENDRAG	7
1 HVORFOR RAPPORTERE, OG HVORFOR STUDERE RAPPORTERING?	9
1.1 INNLEDNING.....	9
1.2 HVORFOR RAPPORTERE?.....	9
1.3 HVORFOR FORSKE PÅ RAPPORTERING?	10
2 OM ANALYSEN	13
2.1 INNLEDNING.....	13
2.2 ENHETENE.....	13
2.3 VARIABLER.....	14
2.3.1 <i>Generell beskrivelse av samfunnsansvar</i>	14
2.3.2 <i>Styringssystemer for samfunnsansvar – Corporate governance</i>	14
2.3.3 <i>Retningslinjer - Codes of conduct</i>	15
2.3.4 <i>Leverandørforhold – Supply chain management</i>	15
2.3.5 <i>Eksterne interessenter – Stakeholders</i>	15
2.4 VERDIER.....	16
2.5 VALIDITET OG RELIABILITET.....	16
3 PRESENTASJON AV FUNN	19
3.1 INNLEDNING.....	19
3.2 SAMFUNNSANSVAR.....	19
3.2.1 <i>Miljørapportering</i>	19
3.2.2 <i>Sosial rapportering</i>	20
3.3 STYRINGSSYSTEMER – CORPORATE GOVERNANCE.....	21
3.4 RETNINGSLINJER - CODES OF CONDUCT	23
3.4.1 <i>Retningslinjer – miljø</i>	23
3.4.2 <i>Retningslinjer – sosialt</i>	24
3.5 LEVERANDØRFORHOLD – SUPPLY CHAIN MANAGEMENT.....	25
3.5.1 <i>Miljøkriterier til underleverandører</i>	25
3.5.2 <i>Sosiale kriterier til underleverandører</i>	26
3.6 FORHOLDET TIL EKSTERNE INTERESSENER – STAKEHOLDERS.....	27
3.7 OPPSUMMERING	28
4 DISKUSJON AV FUNN I ET BÆREKRAFTSPERSPEKTIV	31
4.1 STYRETS BERETNING VERSUS ØVRIG RAPPORTERING	31
4.2 MILJØRAPPORTERING VERSUS SOSIAL RAPPORTERING.....	31
4.3 TOTALSCORE FOR STYRETS BERETNING OG ØVRIG INFORMASJON	32
4.4 FORKLARINGER PÅ GOD OG DÅRLIG RAPPORTERINGSPRAKSIS	34
4.5 RAPPORTERING SOM BIDRAG TIL BÆREKRAFTIG UTVIKLING	37
4.6 HVA KAN SKAPE BEDRE BÆREKRAFTSRAPPORTERING I NORSKE BEDRIFTER?	39
LITTERATUR	41
VEDLEGG 1	43

SAMMENDRAG

Stadig flere bedrifter gir informasjon om miljømessige og sosiale forhold ved virksomheten i sin årlige rapportering. Slik ikke-finansiell rapportering trekkes ofte fram som et tegn på at bedriftene utviser samfunnsansvar og bidrar til bærekraftig utvikling. ProSus har gjennomført en kartleggingsstudie av rapportering på ikke-finansielle tema i Norges 100 største bedrifter, og finner at hele 93 prosent av bedriftene velger å vie spalteplass i styrets beretning til informasjon om sitt samfunnsansvar. Studien som helhet gir imidlertid et mer nyansert inntrykk og åpner for viktige spørsmål om rapporteringspraksis i Norge.

Rapportering på miljødelen av samfunnsansvaret ligger langt foran rapportering på sosiale spørsmål. Dette gjelder spesielt i styrets årsberetning. De aller fleste bedriftene nevner miljøforhold både i styrets årsberetning og i øvrig rapportering. Rapportering på den sosiale delen av bedriftenes samfunnsansvar, gir imidlertid helt andre, og langt svakere resultater. Hele 63 prosent av bedriftene nevner ikke sosiale aspekt ved sin virksomhet i styrets årsberetning, og kun fire bedrifter får toppscore for sosial informasjon i sin øvrige rapportering. Til sammenligning kvalifiserer tolv bedrifter til beste kategori på miljøsidene. Dette indikerer at rapportering på sosiale aspekt ved virksomhetene er svakt utviklet i norsk næringsliv.

Videre mangler hele 69 prosent av bedriftene en beskrivelse av organisatorisk forankring av arbeidet med samfunnsansvar i styrets årsberetning og kun to bedrifter rapporterer på en systematisk måte. Situasjonen er noe bedre i den øvrige rapporteringen, der 9 bedrifter omtaler temaet systematisk. Det er like fullt en klar mangel at 25 prosent kun nevner, og 18 prosent overhodet ikke nevner styringsaspektet ved sitt samfunnsansvar i den separate rapporteringen. Tilsvarende og enda lavere tall finner vi for de øvrige variablene som er inkludert i undersøkelsen; retningslinjer, leverandørforhold og forhold til eksterne interessenter. Her er det kun unntaksvis rapportert utfyllende. Selv om bedriftene scorer godt på enkelte indikatorene, er det få bedrifter som scorer godt på alle de sentrale indikatorene i undersøkelsen og dermed kan kvalifisere til god bærekraftsrapportering.

Totalt sett umerker en liten gruppe selskap seg med svært god rapportering. Gjennomsnittsverdiene er imidlertid lave for utvalget som helhet. I styrets beretning ligger snittet for sammenlagt score på 7 av 35 mulige poeng, og i den øvrige rapporteringen er snittet på 5,8 av 34 mulige poeng.

Rapporten konkluderer med at det er et godt stykke igjen før ikke-finansiell rapportering kan gi et meningsfullt bidrag til bærekraftig utvikling, særlig pga. rapportenes manglende etterrettelighet og sammenlignbarhet. Dette gjør det vanskelig for leseren å danne seg et meningsfullt bilde av bedriftens faktiske arbeid. Hovedkonklusjonen er derfor at rapporteringen i økt grad bør fungere som et reelt styringsverktøy for ledelsen, at styret og ledelsen viser eierskap og stiller seg ansvarlig bak informasjonen som gis, at leservennlighet og troverdighet bør prioriteres og at de økonomiske, miljømessige og sosiale sidene ved bedriften må ses i sammenheng dersom ikke-finansiell rapportering skal fungere som et bidrag til bærekraftig utvikling.

1 HVORFOR RAPPORTERE, OG HVORFOR STUDERE RAPPORTERING?

1.1 Innledning

Begrepet "bedriftenes samfunnsansvar" eller "Corporate Social Responsibility" (CSR) er et svært sentralt begrep i dagens næringslivsdebatt. Det er en stadig klarere forventning fra det sivile samfunn om at bedrifter må ta et ansvar for miljømessige og sosiale konsekvenser av sin virksomhet, ut over det som er lovpålagt. Disse forventningene kan gjelde hvordan bedriftene driver sine operasjoner hjemme og ute, om de stiller miljømessige eller sosiale kriterier til sine underleverandører og samarbeidspartnere, hvordan de forholder seg til korrupsjon, om bedriften har etiske retningslinjer for de ansatte osv. Framveksten av slike forventninger om samfunnsansvar, og bedriftenes respons på dem, henger sammen med globale og komplekse politisk-økonomiske prosesser de siste tiårene.

Rapportering spiller en helt sentral rolle i denne nye samfunnsansvar-trenden. Bedrifter har i lang tid rapportert på de finansielle sidene ved sin virksomhet i form av finansielle årsrapporter. De siste ti årene har det imidlertid vokst fram en trend om rapportering på ikke-finansielle tema. Allerede tidlig på 1990-tallet kom de første miljørapportene, der bl.a. Norsk Hydro var en av de to første i verden med sin miljørapport i 1990 (SustainAbility 2003a:6). Senere er det også gitt ut etikk- eller samfunnsrapporter som tar for seg de sosiale spørsmålene tilknyttet bedriftene. Det nyeste på feltet er såkalte "bærekraftsrapporter" som søker å integrere de tre dimensjonene – det miljømessige, det sosiale og det økonomiske – etter ideen om "den tredelte bunnlinje" lansert av John Elkington i 1994 (Triple Bottom Line – ibid:4). Tanken er at disse tre forholdene må ses i sammenheng og balanseres mot hverandre dersom man skal oppnå en bærekraftig utvikling. Rapportering på ikke-finansielle tema øker stadig og av de 250 største globale selskapene, er det nær 50 prosent som utgir slike rapporter (KPMG 2002:5).

1.2 Hvorfor rapportere?

Hvilken verdi har så disse ikke-finansielle rapportene for bedriftene? Grovt sett vil vi peke på 3 kjernepunkter: For det første er disse rapportene en måte for bedriftene å *kommunisere utad*. Med stadig økende krav til å utvise samfunnsansvar, kan det å utgi en egen rapport være en måte å tilfredsstille eksterne interessenter (stakeholders) som kunder, NGOer, media, samarbeidspartnere, akademia, myndigheter osv. Rapportering er med andre ord en måte å vise åpenhet på (transparency) for på den måten skape tillit og gode relasjoner til omverdenen. Slik kan rapportering også brukes til merkevarebygging, ved å profilere bedriften som miljøvennlig og sosialt ansvarlig. Det er med andre ord flere forhold som gjør rapportering økonomisk relevant for bedriftene; det er et "business case" for ikke-finansiell rapportering.

For det andre er ikke-finansiell rapportering en måte for bedriftene å *kommunisere innad* på. Gjennom en rapport kan ledelsen vise prioriteringer, motivere og bevisstgjøre ansatte på bedriftenes målsetninger og forpliktelser. En rapport vil gjerne oppleves som et

forpliktende dokument for bedriften som helhet. Bedrifter som utviser samfunnsansvar anses også som mer attraktive for ansatte, og en slik rapport kan derfor være med å styrke motivasjonen hos ansatte, samt å trekke til seg nye ansatte (SustainAbility 2001, Bendell 2000).

For det tredje er rapportering en måte både starte opp, og eventuelt holde ved like, en *intern mobilisering* rundt samfunnsansvar. Flere bedrifter hevder at selve den fysiske rapporten bare er sluttproduktet av en lang, og mye mer omfattende prosess i selskapet. En rapport kan derfor ses som det konkrete produktet i en større læringsprosess, der selskapet utfordres til å reflektere over sin identitet, og avdekke styrker og svakheter tilknyttet bedriftens påvirkning på miljø og mennesker. Rapporten kan slik sett være et verktøy ledelsen kan benytte for å måle prestasjoner over tid. Hva har vi oppnådd av de målene vi satte oss i fjor? De kan også måle seg selv opp mot andre selskaper innenfor samme industri eller geografiske område. Rapportering kan derfor være et nyttig styringsverktøy for ledelsen i en økt satsning på samfunnsansvar.

1.3 Hvorfor forske på rapportering?

Ikke-finansiell rapportering spiller en helt sentral rolle i debatten omkring næringslivets samfunnsansvar og bidrag til bærekraftig utvikling. Dette i seg selv gjør det til et interessant forskningstema. Både bedriftene selv og deres bransjeorganisasjoner, spesielt NHO, trekker fram ikke-finansiell rapportering som et uttrykk for at bedrifter utviser samfunnsansvar. Rapporteringen får også stor oppmerksomhet i media gjennom bl.a. den høyt profilerte ”Prisen for beste miljørapport” og ”Prisen for beste Bærekraftsrapport” som deles ut av åtte samarbeidende næringslivsorganisasjoner¹.

Så langt er det ikke gjort systematiske, akademiske evalueringer av rapporteringspraksis i Norge. Vårt formål med denne rapporten er derfor å bidra til kunnskap om rapportering gjennom en systematisk kartlegging av rapporteringspraksis i de 100 største selskapene i Norge. Samtidig vil vi sette analysen inn i en større ramme, ved å evaluere rapporteringen som et bidrag til bærekraftig utvikling. Bærekraftig utvikling defineres av FN som:

Bærekraftig utvikling er en utvikling som imøtekommer dagens behov uten å ødelegge mulighetene for at kommende generasjoner skal få dekket sine behov.

Den omfatter to nøkkelmomenter: - det å dekke behov, spesielt grunnbehovene til verdens fattige, som bør gis første prioritet, - ideen om begrensningene som dagens teknologi og sosiale organisering legger på miljøets muligheter til å imøtekomme dagens og framtidens behov (Verdenskommisjonen 1987:42)

Videre sier Agenda 21, den globale handlingsplanen for bærekraftig utvikling, at næringslivet har en spesiell rolle å spille i realiseringen av bærekraftig utvikling. I kapitlet om næringsliv og industri (kap. 30) oppfordres det til åpenhet og dialog, samt rapportering på miljøpåvirkning (FN 1993:237-238). OECD vektlegger også ikke-finansiell rapportering som sentralt (OECD 2002).

Bærekraftig utvikling er et mål som de aller fleste land har forpliktet seg til. I motsetning til mye annen forskning på og debatt omkring samfunnsansvar, gir begrepet bærekraftig utvikling en fastlagt normativ referanse å måle bedriftenes innsats opp mot.

¹ Den norske Revisorforening, Finansnæringsens Hovedorganisasjon, Norges Rederiforbund, Norske Finansanalytikerens Forening, Norske Siviløkonomers Forening, Næringslivets Hovedorganisasjon, Sparebankforeningen og GRIP – stiftelsen for bærekraftig produksjon og forbruk.

Selv om det er bedriftens handlinger som er avgjørende, vil en god rapportering som integrerer økonomi, miljø og sosiale forhold være et viktig bidrag til bærekraftig utvikling. For det første skaper dette åpenhet og innsyn for offentligheten, hvilket er i tråd med bl.a. Århuskonvensjonen og miljøinformasjonsloven (Miljøverndepartementet 2003). Dette kan gi forbrukere, myndigheter og NGOer et bedre informasjonsgrunnlag for sine beslutninger mht. forbrukeradferd, politiske tiltak og frivillig aktivisme.

For det andre kan, som tidligere nevnt, rapportering øke bevisstheten innad i bedriftene og fungere som et endringsverktøy for ledelsen. I den ikke-finansielle rapporteringen analyserer bedriften seg selv etter andre kriterier og innfallsvinkler enn ved økonomisk rapportering. Dette åpner for å avdekke tidligere ukjente potensial, uholdbare praksiser, og på andre måter å legge grunnlag for læring, bærekraftig innovasjon, produkt- og prosessutvikling osv. God rapportering kan derfor være et viktig bidrag til bærekraftig utvikling fra næringslivet.

Hensikten med undersøkelsen er derfor 1) å reelt kartlegge rapporteringspraksis i Norge og 2) å vurdere denne rapporteringen som et bidrag til bærekraftig utvikling.

2 OM ANALYSEN

2.1 Innledning

Evaluering er en normativ virksomhet, og man må derfor ha en målestokk å vurdere det gitte fenomenet opp mot (Vedung 1997, Lafferty 2002). I vårt tilfelle er målestokken bærekraftig utvikling. Dette er langt fra noe entydig begrep som lett lar seg operasjonalisere og fange inn. I denne undersøkelsen har vi valgt å utvikle vår egen metodologi ved å hente lærdom fra andre tilsvarende undersøkelser. Vi har i all hovedsak basert oss på metodologien utviklet av organisasjonen SustainAbility – et forsknings- og konsultantselskap som regnes som pionerer innen praktisk arbeid med bedrifters rolle i bærekraftig utvikling. De har siden 1992 evaluert ikke-finansielle rapporter med henblikk på å identifisere ”best practise”-rapportering. Deres utvalg består av de største og mest viderekomne selskapene innen bærekraftsrapportering. Ingen norske selskap nådde opp på listen over de 100 beste, og deres kriterier er litt for omfattende for norske forhold. Likevel gir deres variabler en god tilnærming til *bærekraft*, hvilket var avgjørende i denne sammenheng. Videre har ProSus selv en solid erfaring med å vurdere norske bedrifters miljørapportering². Dette har vært med å danne grunnlag for en god tilnærming til de *norske* forholdene.

2.2 Enhetene

Enhetene som inngår i undersøkelsen er de 100 største selskapene i Norge, målt etter omsetning i regnskapsåret 2002. Listen er hentet fra Dagens Næringsliv³ (se vedlegg). Det endelige antallet enheter i undersøkelsen er 96. Frafallet på 4 selskap skyldes fusjoner og at noen selskap kun utga rapport via et morselskap i utlandet. Grunnlagsmaterialet er den (økonomiske) årsrapporten for regnskapsåret 2002, samt eventuell separat rapport om bærekraft, miljø, etikk, HMS e.l ikke-finansielle tema. Mange selskap har god informasjon på nettet. Denne informasjonen har vi imidlertid ikke inkludert av praktiske og prinsipielle grunner, da denne informasjonen er mer fluktuerende og foranderlig. Trykte årsrapporter har en noe annen status, da disse er tilgjengelige for allmennheten gjennom Brønnøysundregistrene, samt at de distribueres til et stort og variert publikum av bedriftene selv.

Videre valgte vi i realiteten å gjøre to separate undersøkelser av materialet, ved å skille mellom a) styrets beretning og b) informasjon gitt i andre deler av årsrapporten/separate rapporter. Styrets beretning er den delen av den ordinære årsrapporten som er signert av styret selv. Denne informasjonen skal dermed gi essensen av bedriftens virke, og styret stiller seg juridisk ansvarlig bak informasjonen som gis. Denne informasjonen står derfor i en særstilling både juridisk og som en signaleffekt utad mht. hva bedriftens øverste beslut-

² Evaluering av miljørapportering etter Regnskapsloven: Ruud og Mosvold Larsen 2002 og 2003.

³ Dagens Næringsliv henter sine tall fra markeds- og kreditinformasjonsselskapet Dun & Bradstreet. Deres tall er noe annerledes enn tallene fra for eksempel Kapital, pga. utregning og ulik tilnærming til datasettet. Vi har valgt å holde oss til DN's tall ettersom denne listen er godt etablert og også er benyttet i ProSus analyser av miljørapportering etter Regnskapsloven.

ningsorgan vektlegger. Dette gjør styrets beretning spesielt interessant i vår sammenheng. Materialet til den separate informasjonen er hentet enten fra egne kapitler i årsrapporten, eller fra separate ikke-finansielle rapporter. Totalt utgav 49 av de 96 selskapene slik separat informasjon i eller utenfor årsrapporten. For å kunne sammenligne de to datasettene, har vi benyttet de samme variablene og verdiene på både styrets årsberetning og på den øvrige informasjonen. I scoringen har vi imidlertid satt mildere krav til styrets årsberetning, ettersom dette er et kortere dokument med mindre spalteplass til rådighet.

2.3 Variabler

Ideen bak undersøkelsen er å kartlegge tendenser i rapporteringspraksis, samt å se dette i forhold til bærekraftig utvikling. Det var derfor nødvendig å finne variabler som dekket viktige aspekt ved bærekraftig utvikling, og som evnet å fange opp trender og sentrale tema innenfor bedrifters arbeid med samfunnsansvar. I samfunnsansvar legger vi både miljøansvar og sosialt ansvar. Følgende variabler er valgt ut:

2.3.1 Generell beskrivelse av samfunnsansvar

Denne variabelen er ment å fange opp det *generelle* inntrykket bedriften gir av sin forståelse og håndtering av samfunnsansvar. Her har vi valgt å splitte opp analysen av miljø og sosiale aspekt i to undervariabler. Under miljø ser vi på den generelle omtalen av forholdet mellom bedriften og ytre naturmiljø: I hvilken grad reflekteres det over bedriftens påvirkning av miljøet? I hvilken grad identifiseres problemer og løsninger?

Under sosialt ansvar ser vi på hvordan bedriften beskriver forholdet til samfunnet. Reflekterer bedriften over hvilke konsekvenser den har for samfunnet rundt, og hvilken rolle bedriften spiller som ansvarlig samfunnsaktør? Identifiseres problemer og løsninger? For denne variabelen har vi ikke inkludert typiske Helse, miljø- og sikkerhetstema (HMS) som sykdom/fravær og ulykker, heller ikke medarbeidertilfredshet, kompetanse- og lederutvikling. Vi har imidlertid inkludert sider ved det indre miljø som vi anser som interessante ut fra et større samfunnsmessig perspektiv slik som en diskriminering, likestilling, avtalen om inkluderende arbeidsliv og arbeidsrettigheter, eller dersom bedriften omtaler bedriftsregler for de deler av bedriften som opererer utenfor Norge og utenfor norsk arbeidsmiljølov.

2.3.2 Styringsystemer for samfunnsansvar – Corporate governance

Denne variabelen refererer til bedriftens beskrivelse av hvordan de rent organisatorisk og praktisk sikrer at samfunnsansvaret ivaretas i bedriften. Dette betyr at selskapet må gi informasjon om de styringsmekanismer og kontrollsystemer de har for å sikre at selskapets policies, retningslinjer, leverandørforhold osv. overholdes, og at avvik oppdages og utbedres. Er samfunnsansvaret forankret hos toppledelsen, linjeledelsen eller i en egen avdeling? Hvilke rutiner finnes for å overvåke og avdekke feil? Hvilke konsekvenser har brudd på retningslinjene? Er selskapet sertifisert etter for eksempel ISOs miljøstandarder, revideres arbeidet av en tredjepart eller av en internrevisjon?

Uten denne informasjonen er det svært vanskelig for leseren å gjøre seg opp en mening om realismen i bedriftens samfunnsansvar. Informasjon om styringsystemer for

samfunnsansvar kan derfor sies å utgjøre grunnlaget for å forstå den organisasjonsmessige forankringen og prioriteringen av samfunnsansvar i selskapet.

2.3.3 Retningslinjer - Codes of conduct

Retningslinjer, eller codes of conduct, er et svært vanlig frivillig initiativ og innebærer at bedriften vedtar egne retningslinjer for sin adferd mht. samfunnsansvar, for eksempel retningslinjer for miljø, korrupsjon, etikk, arbeidsforhold og lignende. Det kan være et ganske enkelt, men likevel viktig dokument. Dette er en måte for bedriften å kommunisere klart utad og innad hva som anses som akseptabel adferd i selskapet, og kan således betraktes som et tegn på at bedriften tar et utvidet ansvar. Også her har vi skilt mellom retningslinjer knyttet til sosialt ansvar og miljø.

2.3.4 Leverandørforhold – Supply chain management

Et annet sentralt tema i samfunnsansvarsdebatten er hvilke krav bedriftene skal stille overfor sine underleverandører. Flere selskap som selv har en ansvarlig adferd, møter offentlig kritikk fordi de har valgt leverandører som bryter menneskerettigheter, arbeidsrettigheter eller miljøpålegg. Større selskap blir med andre ord holdt ansvarlig for sine leverandørers og samarbeidspartneres praksis. Leverandørkontrakter fra store selskap er gjerne svært attraktive. Som oppdragsgiver har store selskap dermed makt til å påvirke underleverandører direkte og indirekte gjennom å stille krav ved valg av samarbeidspartnere. Samtidig har store bedrifter gjerne mange underleverandører å forholde seg til. Ansvarlig "supply chain management" er derfor svært komplisert. En solid rapportering på dette området kan med andre ord være en god pekepinn på bedriftens syn på eget ansvar. Hvilke krav stiller bedriften til sine leverandører? Har de kontrollmekanismer for å følge opp retningslinjene? Krever de sertifiseringer, gjennomfører de egne inspeksjoner eller krever de særskilt rapportering? Også her har vi valgt å skille mellom miljø og sosiale kriterier for leverandører.

2.3.5 Eksterne interessenter – Stakeholders

Samfunnsansvar bygger på ideen om at bedriften er en borger – en "corporate citizen" – på linje med andre borgere, og at den har et ansvar utover det rent økonomiske. En måte å vise et slikt ansvar på, er å være lydhør overfor de som påvirkes av bedriften – bedriftens interessenter eller "stakeholders", for eksempel lokalsamfunn, NGOer, media, academia ol. En naturlig forlengelse av dette er ulike former for interessent- eller stakeholderdialog. Første steg i en slik prosess er gjerne å kartlegge selskapets interessenter og hvordan bedriften påvirker disse. Neste steg er å inngå en aktiv dialog der bedriften skaffer seg innsikt i de forventningene og oppfatningene interessentene har til bedriftens virksomhet. Siste steg i en eventuell prosess er å trekke interessentene inn i ulike former for løsningsforslag, planlegging og samarbeid. Hvilke interessenter som anses som viktige, vil selvsagt variere med næring, geografisk tilstedeværelse og prosjekt, men man kan forvente at selskapet i et bærekraftsperspektiv likevel vil referere til andre interessenter enn eiere, aksjonærer og ansatte.

2.4 Verdier

For hver variabel har vi gradert bedriftenes rapportering på 5 verdier, der 0 er laveste score og 4 er høyeste score. Etter vårt syn er samtlige variabler relevante for alle bedriftene. Et illustrerende eksempel er miljø. Mange anser miljøpåvirkning som kun relevant for typiske tungindustrielle produksjonsbedrifter. I et bærekraftsperspektiv har imidlertid alle større bedrifter en miljøeffekt, om ikke annet så pga av sin størrelse. Det kan være i form av kontormateriell, engangsartikler, flyreiser, strøm- og vannforbruk, valg av underleverandører/samarbeidspartnere, avfall osv. Det avgjørende er at bedriftene identifiserer og rapporterer på de sidene ved hver av variablene som er mest relevant for *sin* virksomhet. Vi har derfor scoret alle bedrifter på alle variabler, og ikke gjort noen unntak for eksempel kontorbedrifter eller holdingselskap som ikke skaper noen tradisjonell forurensning.

Rapporteringen er på hver av variablene kategorisert etter følgende skala:

Kategori 0: ”Ikke nevnt”	Temaet er ikke nevnt, eventuelt avvist som irrelevant (f. eks. ”bedriften påvirker ikke det ytre miljø”)
Kategori 1 ”Nevnt”	Temaet nevnes kort i generelle vendinger, uten eksplisitt referanse til egen virksomhet
Kategori 2 ”Beskrivende”	Temaet beskrives med referanse til egen bedrift, men har mangler knyttet til analyse, innhold og/eller presentasjon.
Kategori 3 ”Analytisk”	Temaet beskrives og analyseres i forhold til virksomhet. Det identifiseres problemer, og reflekteres over utfordringer og løsninger, men rapporteringen har mangler tilknyttet innhold og presentasjon.
Kategori 4 ”Systematisk”	Temaet beskrives og analyseres systematisk i forhold til bedriften. Bedriften viser et integrert, holistisk perspektiv på tema. God og stringent presentasjon, der leseren effektivt kan gjøre seg opp en mening.

I vurderingen av variablene har vi altså valgt å legge et leserorientert kriterium til grunn: *I hvor stor grad gjør denne rapporten den alminnelige leseren i stand til å gjøre seg opp en informert mening om bedriftens praksis og påvirkning på det gitte området?* Vi har mao. lagt stor vekt på generell leservennlighet, pedagogikk og oversiktighet i framstillingen. Hvorvidt brosjyrene er inspirerende å se på, har avanserte grafer eller annet ekstramateriale har vi ikke lagt vekt på. Rapporter som i utgangspunktet synes komplette mht til informasjon, men som er uoversiktlige og tungt framstilt, har derfor ikke fått toppscore.

2.5 Validitet og reliabilitet

Validitet refererer til hvor hensiktsmessig og fruktbart undersøkelsen er utformet: Måler vi det vi ønsker å måle med vårt opplegg? Det finnes åpenbart mange måter å måle og kartlegge ikke-finansiell rapportering. Andre variabler kan inkluderes, og grovere eller finere skalainndeling kan brukes for å inndele resultatene. Vi mener imidlertid at vårt opplegg er solid og faglig forsvarlig etter hensikten.

Designet er basert på SustainAbility's metodologi (SustainAbility 2003b), som har vært utprøvd og videreutviklet på internasjonale bærekraftsrapporter i 10 år. Variablene evner derfor etter vår vurdering å fange opp de relevante aspektene for å kartlegge praksisen med ikke-finansiell rapportering og evaluere resultatene i et bærekraftsperspektiv. Samtidig har vi valgt å legge litt andre og mildere kriterier til grunn for selve scoringen av variablene. Dette fordi SustainAbility's design er basert på globalt ledende selskap innen samfunnsansvar, som man kan ha høyere forventninger til enn selskapene i vår undersøkelse. Vårt valg av de hundre største selskapene er gjort fordi man, pga størrelse og ressurser, kan forvente mest solid rapportering fra disse. Det er disse bedriftene som har størst innvirkning på norsk økonomi og samfunn, informasjonen er lett tilgjengelig og resultatene kan sammenlignes med ProSus tidligere undersøkelser av samme utvalg. Den endelige metodologien for undersøkelsen er presentert for og bearbeidet av et prosjektteam på ProSus. Den høye svarprosenten øker også validiteten mht. å generalisere.

Reliabilitet refererer til hvor etterrettelig og pålitelig selve datainnsamlingen er. Her er det spesielt to utfordringer vi støtte på. For det første kan det oppstå mangler ved selve datainnsamlingen. For å bøte på dette, ble det først sendt ut en henvendelse per e-post til alle de 100 bedriftene, og deretter fulgt opp med telefonsamtale for å sikre oss at vi hadde fått inn alle tilgjengelige rapporter, da spesielt de separate rapportene. For det andre er selve scoringen på variablene i stor grad en skjønnsvurdering. For å motvirke eventuelle ubalanserte og inkonsekvente vurderinger, er alle rapportene vurdert av to personer uavhengig av hverandre. Scoringene er deretter sammenlignet, og ved ulik vurdering ble det diskutert fram til felles enighet. Informasjonen i styrets beretning, samt spesielt vanskelige case ble gjennomlest to ganger. Vi mener derfor at scoringsskalaen er brukt konsekvent på alle enhetene i utvalget.

3 PRESENTASJON AV FUNN

3.1 Innledning

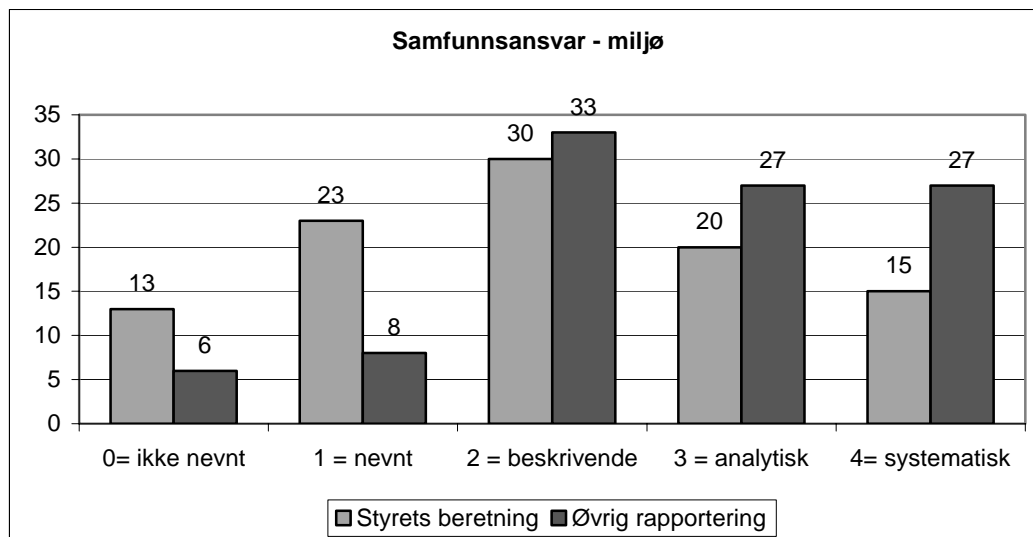
49 bedrifter, altså litt over halvparten av de 96 bedriftene som var med i undersøkelsen, utgav en eller annen form for separat informasjon om sitt samfunnsansvar. Tre av bedriftene henviser til informasjon utgitt av utenlandske morselskap. Denne informasjonen er ikke inkludert videre i analysen fordi dette kunne bidratt til å gi et skjevt bilde av norske selskapers rapporteringspraksis. Av de 96 utgavene av styrets beretning er det 7 bedrifter som overhodet ikke nevner noe ikke-finansiell informasjon, eller som kun skriver at bedriften ”påvirker ikke det ytre miljø” e.l. Med andre ord velger hele 89 bedrifter – 93 prosent av utvalget – å vie spalteplass i styrets årsberetning til informasjon om temaer knyttet til samfunnsansvar. Spalteplassen i årsberetningen er begrenset, og bruken av den er sjelden tilfeldig. Bevisstheten om at denne typen informasjon er viktig, synes altså å ha nådd helt inn i de norske styrerommene. Resultatene som helhet gir imidlertid et mer nyansert bilde både av rapporteringspraksis i Norge og av rapportering som et bidrag til bærekraftig utvikling.

3.2 Samfunnsansvar

I utgangspunktet vurderte vi å analysere både den sosiale og den miljømessige rapporteringen under ett som variabelen ”samfunnsansvar”. Antagelsen var at et selskap ville rapportere relativt likt på disse to dimensjonene. Rapporterer bedriften bra på miljø, rapporterer den også bra på sosiale sider ved driften, fordi bedriften har de samme rapporteringsrutinene, bevisstheten, og prioriteringene tilknyttet samfunnsansvar som helhet. En første gjennomgåelse av datamaterialet viste imidlertid at dette ikke var tilfellet. Det var stor forskjell på hvordan hvert enkelt selskap rapporterte, og de som rapporterte godt på miljø, gjorde det ikke nødvendigvis like godt på det sosiale og vice versa. Vi fant det derfor mest hensiktsmessig å behandle hver dimensjon for seg.

3.2.1 Miljørapportering

Miljørapportering har en lengre tradisjon enn rapportering på sosiale forhold knyttet til bedriftens virksomhet, og vi finner fortsatt at bedriftene har den mest positive og solide rapporteringen på miljøansvar. Dette er kanskje heller ikke så unaturlig da bedriftene er lovpålagt å rapportere om miljøkonsekvenser virksomheten måtte ha. Det interessante vil være å se om kvalitet følger kvantitet i dette tilfellet.



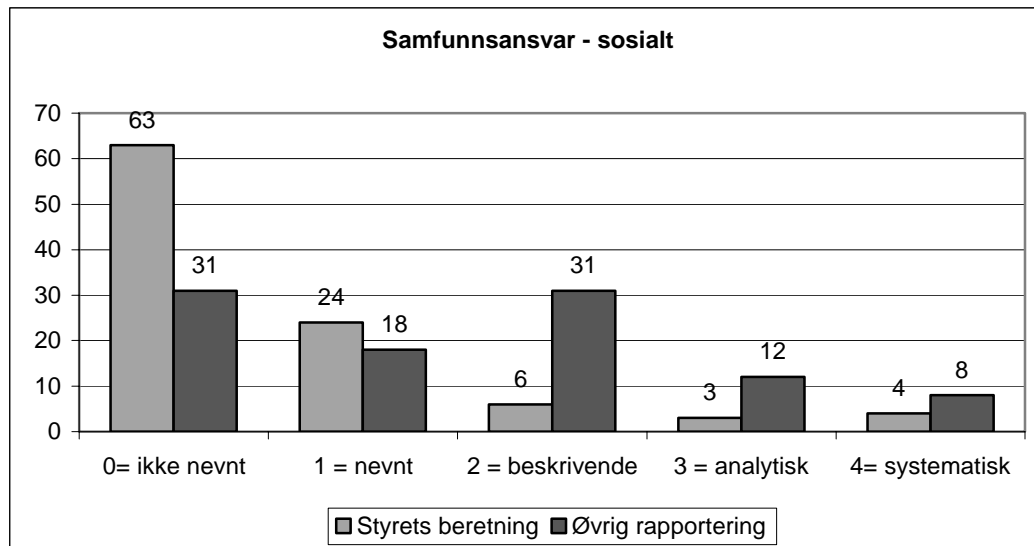
Figur 3.1 Samfunnsansvar – miljø (tall i prosent)

Som vi ser av tallene, er miljørapportering relativt godt befestet både mht. kvantitet og i stor grad også kvalitet. I *styrets beretning* gir til sammen 65 prosent av bedriftene en beskrivelse av de ulike miljøkonsekvenser virksomheten eller industrien generelt måtte ha (verdi 2, 3 og 4). 35 prosent reflekterer over problemer og løsninger knyttet til miljøutfordringene, mens 15 prosent oppnår toppscore ved å gjøre dette på en systematisk, og for leseren, lettfattelig måte. Her er det spesielt shippingindustrien som utmerker seg med solid rapportering, men også bedrifter med mindre åpenbar miljøpåvirkning, som KLP og Vesta, har eksempler på systematisk rapportering i styrets beretning. Dette gir et signal om at arbeidet med temaet er en integrert del av virksomheten og anses som viktig for bedriften som helhet. Det er imidlertid et tankekor at hele 13 prosent av bedriftene overhodet ikke nevner miljø i styrets beretning selv om dette i er lovpålagt.

Blant den *øvrige rapporteringen* finner vi flere svært gode rapporter. De fleste med toppscore her, er kjente og store kandidater som Statoil, Shell, SAS, Tine og Norske Skog. Men vi finner også mindre profilerte kandidater som for eksempel Elkem. Som vi ser, er det over 85 prosent av selskapene som gir en beskrivelse av ulike miljøutfordringer bedriften eller industrien står overfor og dermed oppnår kategori 2 eller bedre. Over 54 prosent av bedriftene analyserer disse utfordringene i lys av egen virksomhet og konkretiserer utfordringene. Over halvparten av disse igjen fremstiller informasjon på en lett forståelig og systematisk måte.

3.2.2 Sosial rapportering

Den sosiale dimensjonen av samfunnsansvar omfatter her generell omtale av bedriftens påvirkning på sosiale forhold utenfor bedriften, samt rapportering på mer generelle sider ved bedriftens indre miljø, som diskriminering, likestilling og arbeidstakerrettigheter. Den oppmerksomheten disse spørsmålene har hatt de siste årene, også innad i næringslivskretser, gir en forventning om at bedriftene vil ha en solid rapportering på dette. Tallene under viser at dette ikke er tilfelle.



Figur 3.2 Samfunnsansvar – sosialt (tall i prosent)

Spesielt er dette temaet dårlig dekket i *styrets beretning*. Kun 13 prosent av selskapene gjør mer enn å nevne sosiale aspekter knyttet til virksomheten. Hele 63 prosent av bedriftene unnlater å nevne sosiale aspekt i styrets årsberetning, og kun fire bedrifter har gjort dette på en analytisk og systematisk måte: Norsk Tipping, KLP, Vesta og DNB Holding.

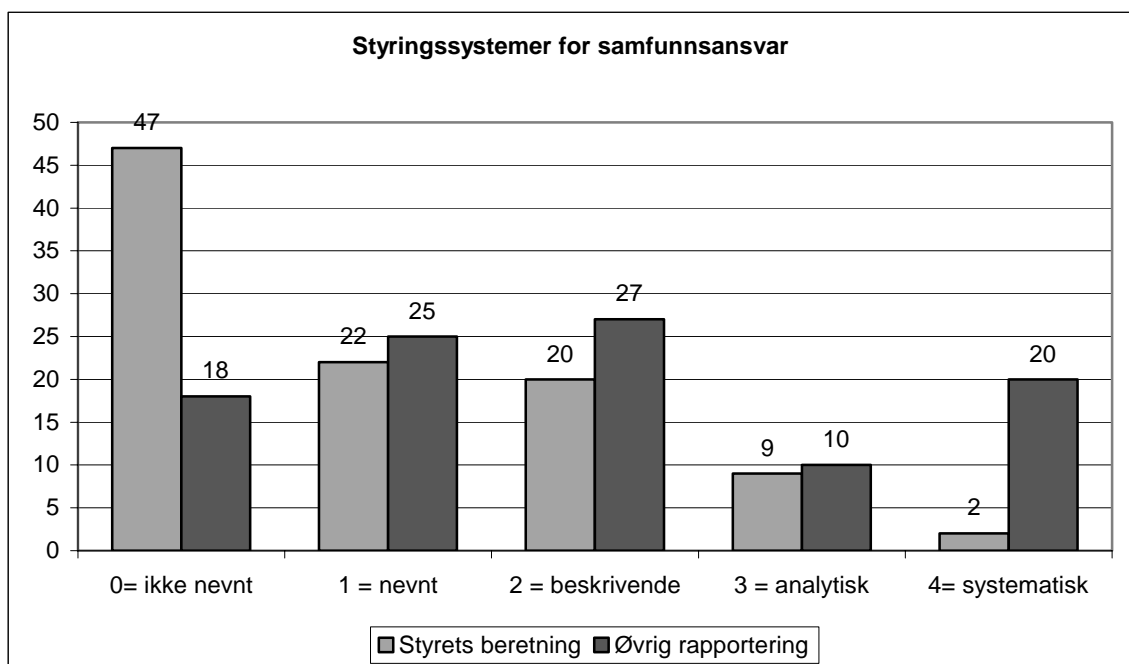
I den *øvrige rapporteringen* er det heller ikke mer enn 8 prosent som får topp score. Det tilsvarer fire selskaper; Statoil, Leif Høegh, Storebrand og Norske Skog, som relativt sett har god og systematisk rapportering. Overraskende nok er det ikke de samme 4 selskapene som rapporterer best i styrets beretning og i øvrig informasjon, hvilket kan tyde på at selskapene ikke er helt konsekvente i sin totale rapporteringspraksis. Til sammenligning klassifiserte tolv bedrifter til beste kategori på miljøsidene i øvrig rapportering, altså tre ganger så mange. Dette indikerer at rapportering på sosiale aspekt ved virksomhetene er relativt svakt utviklet i norsk næringsliv sammenlignet med miljørapportering. Kvalitetsmessig er det også langt svakere resultat for sosial rapportering i den øvrige rapporteringen: Kun 20 prosent går videre fra å *beskrive* sosiale utfordringene til å *analysere* hovedutfordringer og hvordan disse kan løses (kategori 3 og 4) mot 54 prosent på miljøutfordringer.

3.3 Styringsystemer – corporate governance

Som tidligere nevnt, anser vi variabelen styringssystemer, eller ”corporate governance”, som en av de viktigste indikatorene på en god rapport. Det er nettopp opplysninger om hvordan samfunnsansvaret er organisasjonsmessig forankret som gjør det mulig for leseren å gjøre seg opp en informert mening om bedriftens faktiske innsats. I undersøkelsen har vi inkludert rapportering om hvor ansvaret for samfunnsansvar er plassert, eventuelle kontrollsystemer, rapporteringsrutiner, positive eller negative sanksjoner tilknyttet ansattes adferd, miljømessige eller sosiale sertifiseringer fra for eksempel ISO eller EMAS, samt omtale av corporate governance.

Begrepet corporate governance trenger en spesiell omtale i denne sammenheng. Begrepet har fått et oppsving i kjølvannet av internasjonale finansskandaler som Enron og

WorldCom, og også her i Norge etter Finance Credit saken. Corporate governance har ingen direkte oversettelse til norsk, men begrep som styrings- og kontrollmekanismer, selskapsstyring, selskapsledelse, aksjonærpolitikk og styreskikk er vanlig, selv om ingen av disse er helt dekkende for det engelske begrepet (Oslo Børs 2004). I snever forstand handler corporate governance om den finansielle eierstyringen og å gjøre styrene ansvarlige overfor aksjonærene gjennom kontrollmekanismer mellom eierne, styret og ledelsen i et selskap. Svært mange selskap nevner nettopp corporate governance-begrepet i en slik betydning. Formålet med corporate governance er å bygge tillit og sikre åpenhet, og det innlemmes gjerne i det videre begrepet om good corporate governance – et begrep som videre knyttes til samfunnsansvar. Spørsmål knyttet til korrupsjon, styrehonorar og signaturbonuser, er blant annet viktige i diskusjonen om good corporate governance. Vi har derfor valgt å inkludere corporate governance i undersøkelsen og har gitt de selskapene som nevner begrepet i en finansiell eller uspesifisert forstand verdi 1. De som går utover dette og beskriver styringssystemer knyttet til samfunnsansvar får score 2 eller bedre. Tallene under viser at det er stor variasjon i hvordan bedriftene rapporterer på dette, spesielt i de separate rapportene.



Figur 3.3 Styringssystemer for samfunnsansvar (tall i prosent)

I gjennomgangen av *styrets beretning* fant vi at hele 69 prosent av bedriftene ikke har noen form for beskrivelse av organisatorisk forankring av arbeidet med samfunnsansvar. Enten nevntes temaet ikke i det hele tatt (47 prosent), eller begrepet corporate governance nevnes uten videre forklaring (22 prosent). Det er altså bare de resterende 31 prosent av bedriftene som har omtalt virksomhetsstyring eksplisitt i forhold til samfunnsansvar. Av disse er det kun 2 bedrifter – Tine og Norsk Agip – som rapporterer på en systematisk måte.

Situasjonen er noe bedre i den *separate rapporteringen*, der 30 prosent av bedriftene reflekterer over utfordringer knyttet til styringsaspektet utover en ren beskrivelse. Det er

interessant å se at 2/3 av de bedriftene som går analytisk til verks i forhold til dette aspektet gjør det på en systematisk og pedagogisk måte. Hele 20 prosent oppnår verdi 4. Et godt eksempl her er Kongsberggruppen, som gjør en svært solid innsats, spesielt tatt i betraktning at dette er den første rapporten i selskapets historie.

Det er like fullt en klar mangel at 25 prosent kun nevner corporate governance, og 18 prosent overhodet ikke nevner styringsaspektet ved sitt samfunnsansvar i den separate rapporteringen. Dette gjelder også store og profilerte bedrifter som rapporterer godt på andre sider av samfunnsansvar. I den separate rapporteringen er det etter vårt syn grunn til å forvente mer omfattende behandling av slike tema. Hvis bedriftene ønsker å fremstå som seriøse mht. samfunnsansvar, er nettopp det å gi innsyn i styringssystemet en viktig måte å skape tillit og troverdighet på.

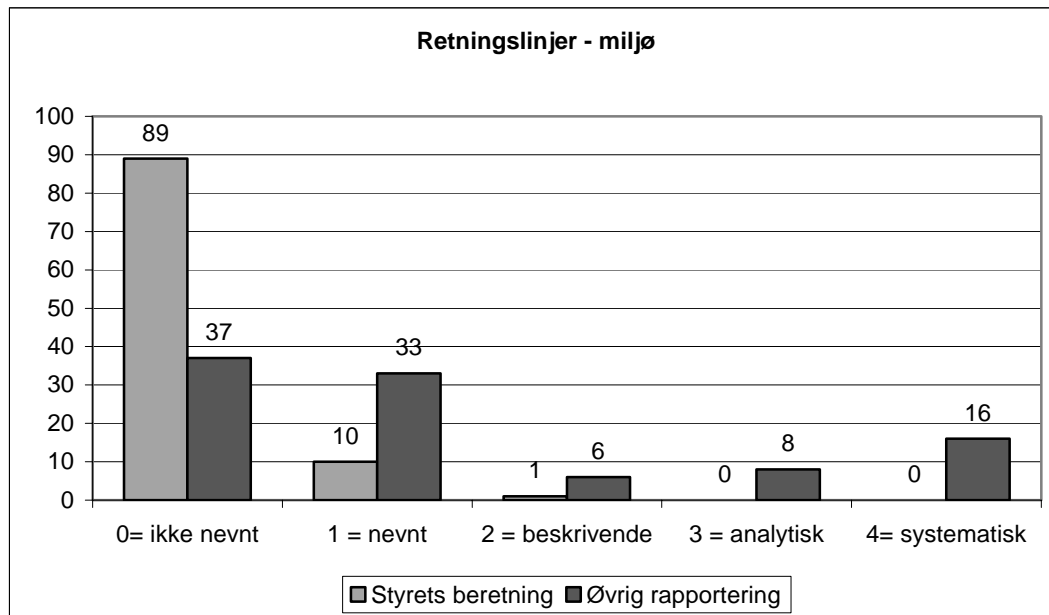
3.4 Retningslinjer - Codes of conduct

Codes of conduct, i form av et eget verdidokument eller etiske retningslinjer, er et gjennomgangstema i debatten om samfunnsansvar. Retningslinjer framstilles som et sentralt verktøy og kjennetegn mht. samfunnsansvar både i det norske og internasjonale arbeidet med samfunnsansvar. En undersøkelse foretatt av NHO viser at 41,6 prosent av NHO-bedriftene har utarbeidet verdidokumenter (NHO 2001⁴). Det ville derfor være enkelt for selskapene å gjøre disse kjent gjennom den ikke-finansielle rapporteringen. Likevel viser vår analyse at informasjon om disse i liten grad er inkludert i rapporteringen. Som for generell rapportering på samfunnsansvar, fant vi også her at vi måtte skille mellom retningslinjer for miljø og for sosiale forhold.

3.4.1 Retningslinjer – miljø

Figuren under viser at rapporteringen omkring bedriftens retningslinjer knyttet til miljø er svært varierende blant bedriftene i utvalget. Spesielt gjelder dette i de separate rapportene, mens det for styrets beretning tegner seg et klarere mønster.

⁴ NHO (2001) "Verdier i NHO-bedrifter". Denne undersøkelsen hadde en relativt lav svarprosent på 36,6. Det kan likevel tenkes at det er de største bedriftene som har utarbeidet slike verdidokument, og som har hatt interesse av å delta i undersøkelsen. I så fall vil dette forbedre resultatenes relevans for vår undersøkelse.



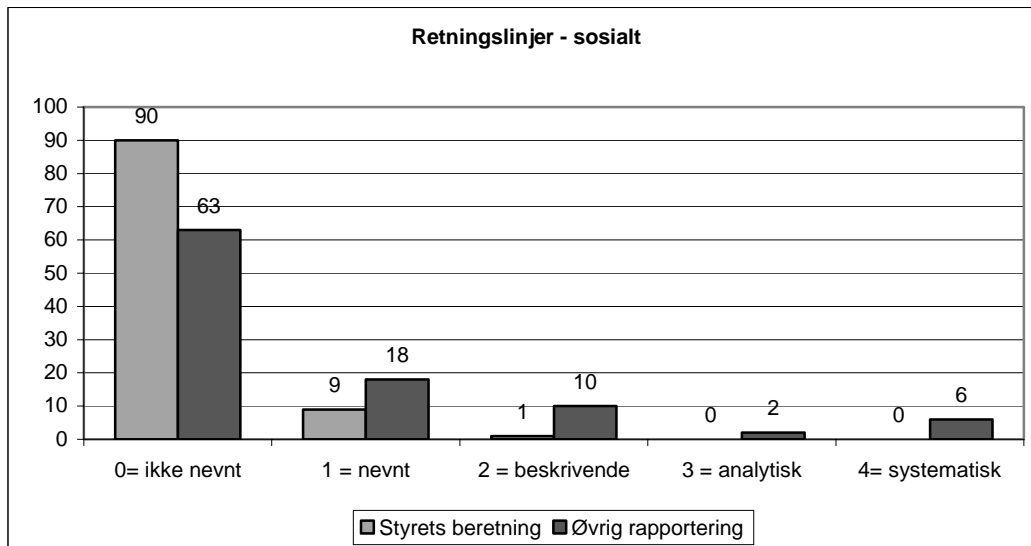
Figur 3.4 Retningslinjer – miljø (tall i prosent)

Rapportering om bedriftens retningslinjer knyttet til miljø er lite utbredt både i styrets beretning og i den øvrige rapporteringen. I *styrets beretning* er det et overveldende flertall som ikke nevner dette, hele 89 prosent. Kun ett selskap, IBM, refererer selve innholdet i retningslinjene.

Også i den *separate rapporteringen* ser vi at det er få som gir en grundig beskrivelse av slike retningslinjer. Imidlertid ser det ut til at de som først rapporterer på dette, gjør det på en systematisk og god måte. Åtte selskap får toppscore, selv om få selskap totalt sett fokuserer på dette temaet. Det kan altså se ut til at det er et element av ”enten – eller” rapportering her.

3.4.2 Retningslinjer – sosialt

Den samme ”enten - eller” rapporteringen finner vi når vi ser på retningslinjer knyttet til sosiale forhold, selv om rapporteringen her generelt er svakere i den separate rapporteringen. Når det gjelder rapporteringen i styrets beretning er bildet omtrent det samme som for miljø.



Figur 3.5 Retningslinjer – sosialt (tall i prosent)

Kvantiteten og kvaliteten på rapportering på sosiale retningslinjer er relativt lik den for retningslinjer for miljø, med noen små variasjoner. Også her ser vi at temaet er nærmest ikke-eksisterende i *styrets beretning*. 90 prosent nevner ingenting om tema, og 9 prosent nevner at de har slike retningslinjer, men refererer ikke innholdet i dem. Kun DNB Holding gjengir innholdet i de sosiale retningslinjene sine. Dette likner bildet som ble tegnet av rapporteringen på retningslinjer knyttet til miljø.

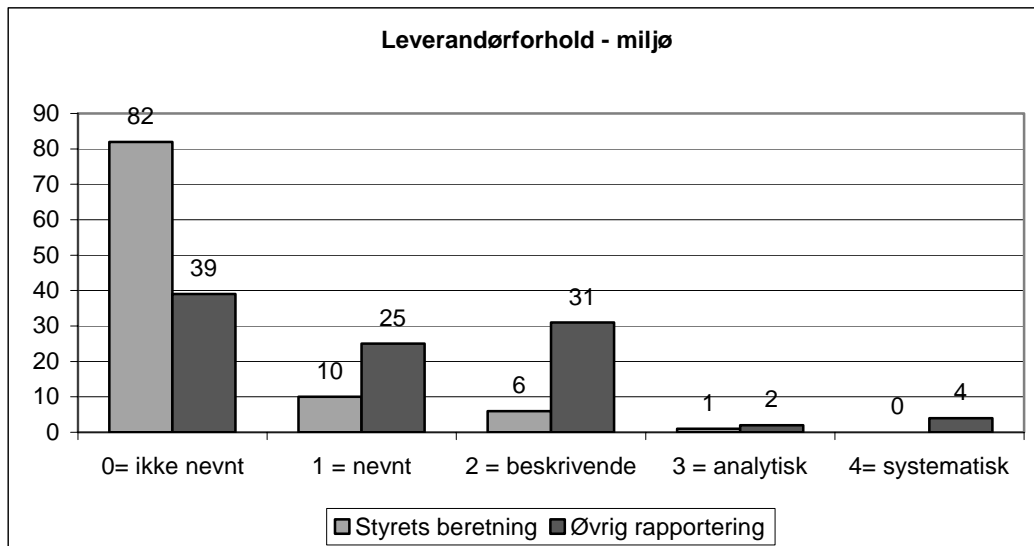
Når det gjelder rapporteringen i de *separate rapportene*, er bildet litt annerledes. Her er det 63 prosent som ikke nevner retningslinjer knyttet den sosiale dimensjonen ved samfunnsansvar. Men også her er det en tendens til at de som først rapporterer på retningslinjer, gjør det ordentlig, med 6 prosent som får toppscore for systematisk og god rapportering.

3.5 Leverandørforhold – supply chain management

Hvordan rapporteres det så på leverandørforhold? Dette aspektet synes å bli stadig viktigere, fordi rapporteringen gir signaler, ikke bare til leverandører, men også til andre interessenter om hva slags atferd bedriften aksepterer og hva den ikke aksepterer. Stilles det krav til underleverandører, og rapporteres det meningsfullt om hvordan bedriftene gjør dette? Også her var det såpass store forskjeller mellom miljø og den sosiale siden, at vi så oss nødt til å bryte opp variabelen mellom miljø- og sosiale kriterier til underleverandører.

3.5.1 Miljøkriterier til underleverandører

Materialet vårt viser at selv om bedriftene muligens har tatt dette spørsmålet alvorligere de siste årene, så er rapportering på miljøkrav til underleverandører likevel relativt lite utbredt, spesielt i styrets beretning.

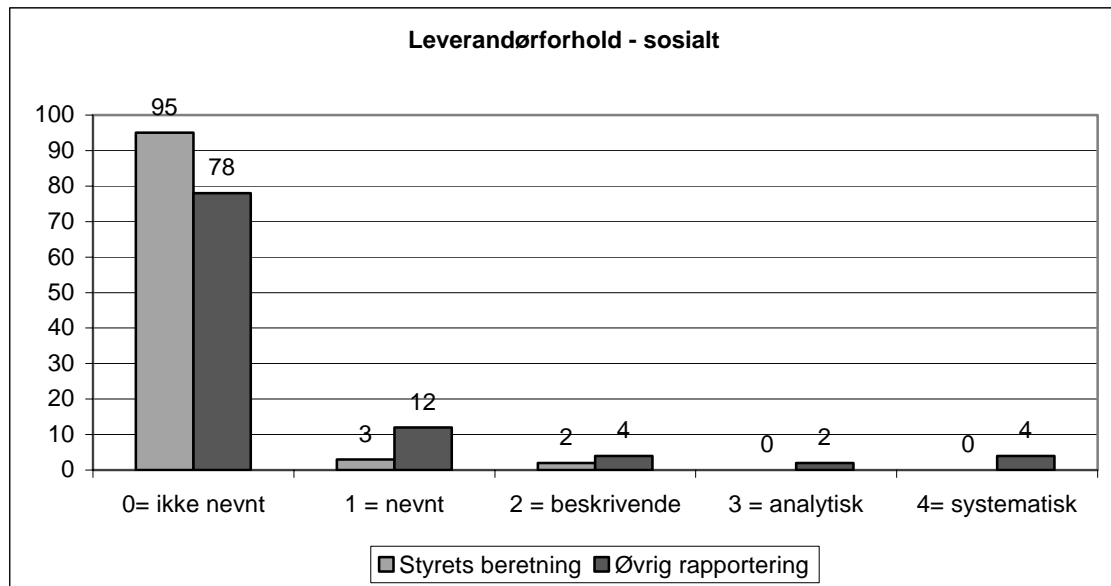


Figur 3.6 Leverandørforhold – miljø (tall i prosent)

Kun 17 prosent nevner dette temaet i det hele tatt i *styrets beretning* og bare en bedrift går noe nærmere inn på hva slags krav som stilles til leverandører i styrets beretning. Informasjon om leverandørforhold er noe mer utbredt i den *separate rapporteringen*, men også her er det få bedrifter som rapporterer tilfredsstillende. 31 prosent beskriver hvilke krav de stiller overfor sine leverandører og samarbeidspartnere når det gjelder miljø, men bare 6 prosent kommer inn på en diskusjon om utfordringer bedriften kan møte på dette området. Totalt 4 prosent presenterer dette på en systematisk måte. En bedrift som utmerker seg her er Varnergruppen, som har en svært utfyllende rapportering om hvordan bedriften arbeider med sine leverandører, inkludert hvordan de følger opp kravene de stiller. Dessverre nevner Varnerguppen ikke samfunnsansvar med et eneste ord i styrets beretning, hvilket trekker noe ned på totalinntrykket og troverdigheten for leseren.

3.5.2 Sosiale kriterier til underleverandører

Tendensen til at bedriftene rapporterer svakere på det sosiale aspektet enn på miljøaspektet viser seg også i disse tallene.

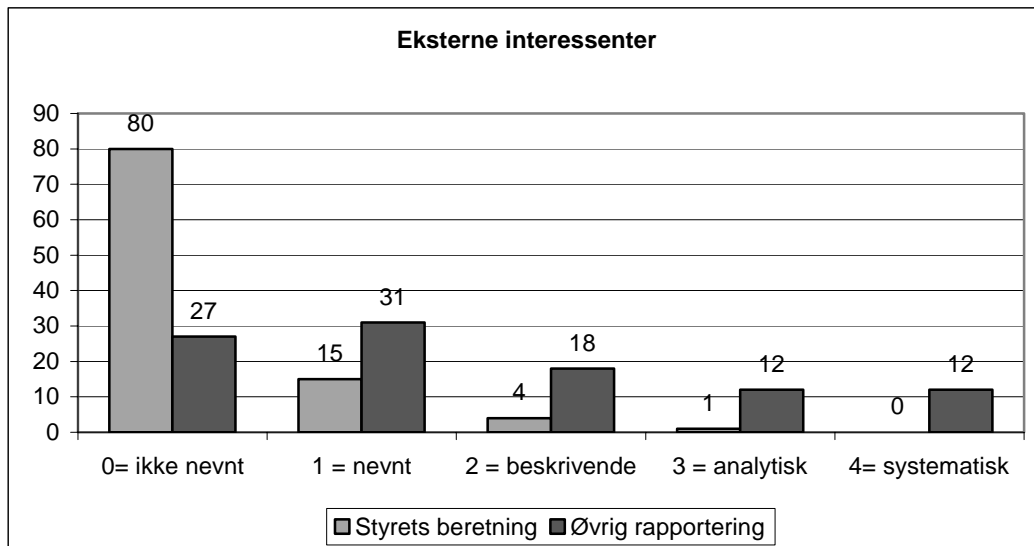


Figur 3.7 Leverandørforhold – sosialt (tall i prosent)

Disse resultatene er de svakeste i hele undersøkelsen. 95 prosent nevner ikke noe om sosiale kriterier for underleverandører i *styrets beretning*. Coop og Norgros er de eneste som refererer innholdet i leverandørarbeidet sitt. Også i den *separate rapporteringen*, er dette temaet lite utbredt. Overraskende nok er det hele 78 prosent som ikke nevner dette overhodet, og kun 6 prosent rapporter på en måte som kan defineres som analytisk eller systematisk. Nok en gang utmerker Varnergruppen seg med solid, systematisk rapportering.

3.6 Forholdet til eksterne interessenter – stakeholders

Bedriftens håndtering av eksterne interessenter er sentralt i debatten om samfunnsansvar. Mye teori har vokst fram om hvordan bedriftens håndtering av berørte parter påvirker deres omdømme og "social licence to operate". I litteraturen kalles dette gjerne "Stakeholder theory" og har røtter tilbake til 1980-tallet med Ed Freeman og hans nybrottsarbeid "Strategic Management: A stakeholder Approach" (Freeman 1984 i Andriof og Waddock 2003). Stakeholderteori settes ofte som motsats til shareholderteori, der fokus legges på bedriftens forpliktelser til avkastning på investert kapital for aksjonærene. Stakeholderteori vektlegger et mer langsiktig perspektiv, der bedriftens forhold til eksterne interessenter, så som lokalbefolkning, myndigheter og interesseorganisasjoner, anses som avgjørende for suksess over tid. Behovet for å forholde seg til og å rapportere omkring arbeidet med eksterne interessenter vil derfor være viktig. Som tallene nedenfor viser, synes dette å ha hatt et visst gjennomslag i vårt utvalg, særlig i den separate rapporteringen.



Figur 3.8 Eksterne interessenter (tall i prosent)

Ikke uventet er tallene for *styrets beretning* lave: 80 prosent nevner ikke eksterne interessenter overhodet, ingen oppnår toppscore, og kun en bedrift analyserer dette grundig i forhold til virksomheten. Dette er Norsk Tipping, som har en fyldig beskrivelse av hvordan deres aktivitet kan påvirke samfunnet. I den *separate rapporteringen*, er det imidlertid mer positive funn. Selv om bare 12 prosent av bedriftene analyserer og beskriver dette på en systematisk måte, er temaet som sådan nevnt av mange: Kun 27 prosent nevner overhode ikke arbeid med eksterne interessenter i de separate rapportene. Amersham Health utmerker seg blant annet i denne gruppen, med en kort, men reflektert diskusjon av stakeholder-forhold tilknyttet enkelte av sine fabrikker.

3.7 Oppsummering

Hva er så det generelle inntrykket man sitter igjen med etter denne gjennomgangen av ikke-finansiell rapportering? I hvilken grad blir det reflektert over hvordan ulike sider ved virksomheten påvirker samfunnet rundt, og hvordan plasserer bedriftene seg i en større helhet?

For det første gir rapporteringen et bilde av at spørsmål knyttet til virksomhetens påvirkning på det ytre miljø fortsatt er høyere prioritert enn sosiale aspekter forbundet med virksomheten. Ser vi på rapporteringen i *styrets beretning*, finner vi at et flertall av bedriftene, 65 prosent, gir en god beskrivelse arbeidet med miljøutfordringer, mens bare 13 prosent av bedriftene har samme kvalitet på beskrivelsen av de sosiale utfordringene. Vi ser også en tendens til dette når det gjelder retningslinjer og leverandørforhold, men her er rapporteringen generelt så svak at det er vanskelig å trekke konklusjoner.

Ser vi på den *øvrige rapporteringen* bekreftes imidlertid denne tendensen. 87 prosent gir en beskrivelse av bedriftens arbeid med miljø, mens bare 51 prosent av bedriftene gir en tilsvarende beskrivelse av de sosiale utfordringene. Av disse er det bare 20 prosent som reflekterer over dette mer inngående. Forskjellen ser vi også når det gjelder retningslinjer og leverandørforhold. På miljøsidene, er det henholdsvis 37 og 39 prosent som scorer 0, mens de tilsvarende tallene på den sosiale siden er 63 og 78 prosent.

En annen viktig tendens er at den ikke-finansielle rapporteringen, utover omtale av miljøutfordringene, generelt er dårlig i *styrets beretning*. Mellom 80 og 90 prosent av bedriftene nevner verken retningslinjer, leverandørforhold eller om forholdet til eksterne interessenter. Vi ser at 69 prosent heller ikke har noen form for beskrivelse av hvordan organisering av arbeidet med samfunnsansvar foregår.

I den øvrige rapporteringen er bildet mer positivt, men også her er det rom for forbedringer. Spesielt vil vi trekke frem rapportering på corporate governance, eller styrings-systemer knyttet til samfunnsansvar. Denne variabelen gir leseren et videre innblikk i hvordan bedriften tolker sitt samfunnsansvar og hvordan de bruker denne fortolkningen til å utvikle strategier for å nå disse målene. Rapporteringene på dette temaet er derfor noe overraskende. Kun 30 prosent av selskapene kommer nærmere inn på hvordan arbeidet med samfunnsansvar er organisert, og hele 43 prosent nevner enten ikke temaet i det hele tatt, eller nevner kun begrepet corporate governance uten nærmere beskrivelse.

Utover disse generelle tendensene, tegner det seg et bilde av at bedriftene har relativt ulik praksis når det gjelder rapportering på de ulike indikatorene. Få scorer jevnt godt på alle indikatorer. På alle indikatorene, unntatt miljørapportering i separate rapporter, faller over halvparten av bedriftene i kategori 0, 1 eller 2. Dette innebærer at temaet ikke nevnes, nevnes kort, eller beskrives uten sammenheng til egen bedrift, og at bedriften ikke har greid å vise en mer dyptgående refleksjon. Dette bør være en tankevekker for norske bedrifter generelt.

4 DISKUSJON AV FUNN I ET BÆREKRAFTSPERSPEKTIV

4.1 Styrets beretning versus øvrig rapportering

Hva kan vi så lese av funnene som ble presentert i forrige kapittel? Et hovedinntrykk er at rapporteringen i styrets beretning er svakere enn den man finner i separate rapporter og kapitler. En mulig årsak til dette kan være at styrets beretning er et mindre dokument med begrenset plass. Dette kan forklare at det spesielt scores dårlig på de mer "spesialiserte" variablene som retningslinjer, leverandørforhold og eksterne interessenter. Men de samme resultatene, om enn mindre markant, gjelder også for rapportering på generelt samfunnsansvar, som man kan forvente at de vies noe spalteplass til. Vi har også tatt høyde for plassbegrensningene i vår vurdering av rapportering i styrets beretning. Vi mener derfor det er grunn til å tro at den svakere rapporteringen i styrets beretning, reflekterer at bærekraftsrapportering prioriteres svakere her.

Det har vært stor debatt om hva slags informasjon som skal inkluderes i styrets beretning, og om dette overhodet er det rette stedet for ikke-finansiell informasjon. Denne debatten har bakgrunn i lover og lovforslag om pliktig rapportering på bl.a. miljø og likestilling i styrets beretning (Ruud og Mosvold Larsen 2002, 2003)⁵. Det er ikke grunnlag for å trekke sikre slutninger omkring hvordan denne debatten har påvirket vårt materiale. På bakgrunn av den debatten som har vært, kan vi likevel anta at hva som inkluderes av informasjon om samfunnsansvar i styrets beretning, ikke er tilfeldig. Dette bekreftes også i uformelle samtaler med ansatte som har ansvar for ikke-finansiell rapportering i sine bedrifter: Andel spalteplass viet informasjon om samfunnsansvar er et tilbakevendende diskusjonstema mellom ledelse, rapporteringsansvarlige og styret. Fra et bærekraftsperspektiv, er selve debatten viktig, nettopp for å fremme en bevisstgjøring rundt forholdet mellom de økonomiske, miljømessige og sosiale dimensjonene ved hver enkelt bedrift, samt at denne debatten løftes opp i styret, som bedriftens øverste beslutningsorgan. Av den grunn mener vi det er viktig at ikke-finansiell rapportering inkluderes i styrets beretning.

4.2 Miljørapportering versus sosial rapportering

Det overveiende inntrykket er at rapportering omkring miljøaspekt er langt bedre utbredt på alle de variablene der vi skilte mellom miljø og sosial rapportering. Det største skillet er for variabelen "Samfunnsansvar – miljø". Her oppnår 53 prosent verdi 3 eller 4 i den separate rapporteringen, og kan således sies å rapportere tilfredsstillende etter våre kriterier. Tilsvarende for generell rapportering på de sosiale sidene ved samfunnsansvar er 20 prosent. Dette inntrykket gjenspeiles i variablene retningslinjer og leverandørforhold, der det også ble skilt mellom miljø og sosial rapportering. Her ligger scorene for sosial rapportering markant under miljørapporteringen.

⁵ Se for eksempel NHOs artikkel "Hva må likestillingsrapporteres?" (NHO 2004)

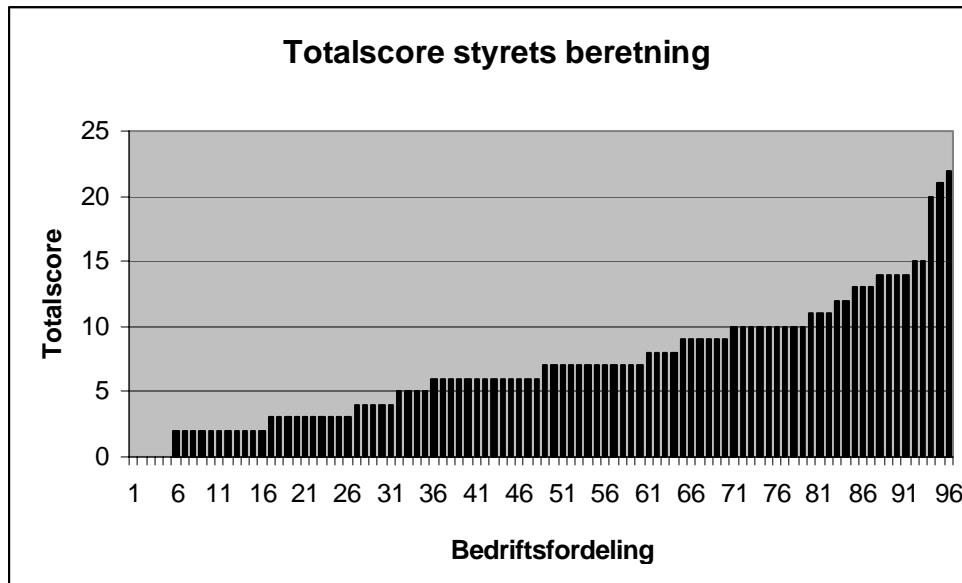
Det finnes mange ulike forklaringer som er relevante for skillet mellom rapporteringskvalitet og kvantitet mht. miljømessig og sosial informasjon. Her vil vi fokusere på to forklaringer. For det første har miljøbevisstheten og miljørapporteringen i norsk næringsliv en mye lengre historie enn sosiale tema. Store selskaps miljøpraksis har vært i fokus helt siden miljøbevegelsen startet på 1970-tallet. Vi vil derfor anta at det er fruktene av denne 30-årige innsatsen fra både myndigheter, interesseorganisasjoner og ikke minst bedriftene selv, som vi ser i vårt materiale. Gjennom tiden har dette arbeidet blitt mer spesialisert, systematisk og profesjonelt. Miljørapporteringen startet også før sosial rapportering, og det var lenge kun snakk om miljørapporter. Det er langt flere av selskapene i utvalget som utgir rene miljørapporter, mens ingen utgir rene sosiale rapporter, kun kombinasjonsrapporter. For majoriteten av bedrifter oppleves nok de sosiale aspektene ved samfunnsansvar som mer fjernt og eksotisk, gjerne knyttet til transnasjonale selskap med produksjonsledd i u-land. Ut fra et bærerftsperspektiv mener vi dette er en misoppfatning. Totalt sett kan man si at sosial rapportering ikke er en selvfølge, selv for de selskapene som rapporterer på miljø.

En annen forklaring er at Norge har en spesiell lovgivning på miljøfeltet. Vi har en relativt omfattende HMS-forskrift, men i denne sammenhengen vurderer vi Regnskapslovens pålegg om miljørapportering som spesielt avgjørende. Regnskapslovens § 3-3, (femte ledd) pålegger alle regnskapspliktige bedrifter å rapportere om "ikke ubetydelig påvirkning av det ytre miljø" i styrets beretning fra og med regnskapsåret 1999. Det har vært stor uenighet om tolkningen av loven, og implementeringen fra myndighetenes side har vært mangelfull (Ruud og Mosvold Larsen 2002, 2003). Likevel er det grunn til å anta at dette har vært med på å øke bevisstheten rundt miljørapportering betraktelig, spesielt i styrets beretning, der kun 13 prosent ikke nevner miljøspørsmål overhodet. Loven om retten til miljøinformasjon (Miljøverndepartementet 2003) kan også ha bidratt i denne retning. Det finnes ingen tilsvarende lovverk for sosial rapportering, hvilket kan være med å forklare hvorfor for eksempel hele 63 prosent ikke nevner sosiale spørsmål i styrets beretning.

Lovgivning og offentlig oppmerksomhet/aktivisme er forklaringsfaktorer på makro-nivå. Hva finner vi så hvis vi ser nærmere på tallene på mikronivå? For det første er det få bedrifter som scorer jevnt godt på alle variabler. Man kunne kanskje tro at bedriftene holder et jevnt kvalitetsnivå på sin rapportering og dermed scorer relativt likt på alle variabler. Dette viste seg å ikke være tilfelle. Mange bedrifter scorer svært godt på enkelte tema, men rapporterer overhode ikke på andre. Det kan derfor synes å være en form for "spesialisering" der bedriftene har valgt seg ut et par tema, mens andre tema overses.

4.3 Totalscore for styrets beretning og øvrig informasjon

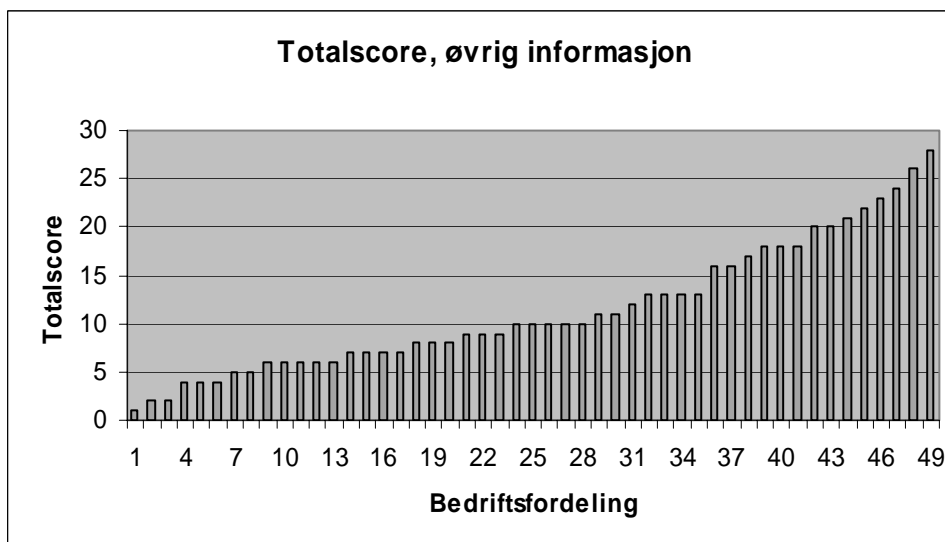
For å få et bedre totalinntrykk, valgte vi å regne ut sammenlagte scorer for hver enkelt bedrift for både styrets beretning og den øvrige rapporteringen. For styrets beretning er fordelingen som følger:



Figur 4.1 Fordeling av totalscore i styrets beretning (absolutte tall)⁶

For styrets beretning har fem bedrifter totalscore 0 og nevner altså overhode ingenting om ikke-finansiell informasjon. Blant disse er det en av de 20 største bedriftene i Norge, samt flere bedrifter med potensielt mye å rapportere på, spesielt på miljøsidene. Norsk Tipping kom best ut totalt for styrets beretning, med 22 av totalt 35 mulige poeng. Gjennomsnittlig score for styrets beretning er på 7 poeng. Dette er ikke spesielt oppløftende resultater. Spriket mellom det fåtall av bedrifter som rapporterer godt, og majoriteten av rapporteringen i styrets beretning er med andre ord stort.

Resultatene for totalscore i øvrig rapportering er noe jevnere:



Figur 4.2. Fordeling av totalscore for øvrig informasjon (absolutte tall)⁷

I den øvrige rapportering har 46 bedrifter 0 i totalscore, dvs. ingen separat informasjon utover styrets beretning (disse er ikke inkludert i tabellen ovenfor). Statoil hadde best totalscore med 28 av totalt 34 mulige poeng med en solid og leservennlig rapport.

⁶ Bedriftene er rangert etter totalscore.

⁷ Bedriftene er rangert etter totalscore

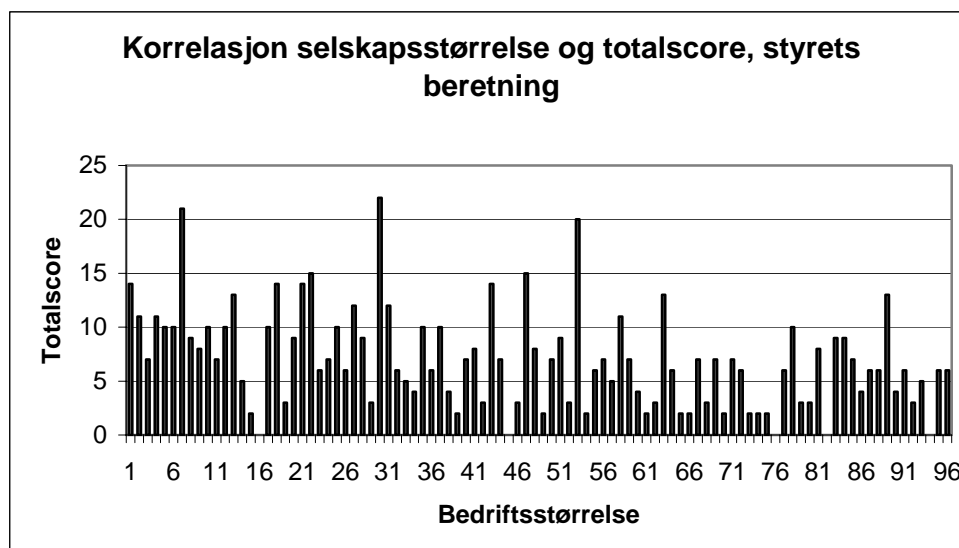
Gjennomsnittet for de bedriftene som utgir separat rapport er her 11,4 poeng, og altså en god del bedre enn resultatet for styrets beretning. De som velger å gi ut separat informasjon, har altså jevnt over en høyere kvalitet på rapporteringen. Inkluderer man alle de 96 bedriftene i dette regnestykket, blir imidlertid gjennomsnittsscoren for hele utvalget bare 5,8 poeng. Totalt sett er altså heller ikke den separate rapporteringen blant de 100 største bedriftene i Norge spesielt godt.

En annen ting som er verd å merke seg, er det vi kaller en form for ”spesialisering” i rapporteringspraksisen. Det er en tendens til at selskapene velger seg ut visse tema, som de rapporterer godt på, mens andre overses. Det er derfor svært få selskap som unnslipper en 0-score på en eller flere variabler. Vesta Forsikring og DNB Holding er de eneste som ikke har en 0-verdi på noen av variablene i styrets beretning. For den separate rapporteringen er resultatene som forventet noe bedre, og 9 selskap unngår en eller flere 0-verdier her. Men dette betyr altså ikke at de rapporterer tilfredsstillende på alle variabler, kun at de har nevnt dem. I den separate rapporteringen finnes det eksempler på rapportering der alle variabel-temaene nevnes med navns nevning, uten at det beskrives eller analyseres noe videre. Blant annet har en av Norges største bedrifter verdi 1 på alle variablene i den øvrige rapporteringen.

4.4 Forklaringer på god og dårlig rapporteringspraksis

Hva kan forklare et selskaps totale score? Dette er et svært interessant spørsmål med tanke på rapportering som bidrag til bærekraftig utvikling. Med vår undersøkelse har vi materiale til å undersøke to hypoteser.

En mulighet er at *størrelsen* på bedriften avgjør rapporteringskvalitet. Større bedrifter har gjerne mer ressurser til slike aktiviteter, og flere bedrifter har egne avdelinger for samfunnsansvar. Det forventes også mer av større bedrifter på dette feltet. Vi korrelerte derfor *omsetningsstørrelse* med *totalscore* og fikk resultater for styrets beretning som vist i tabell 4.3:



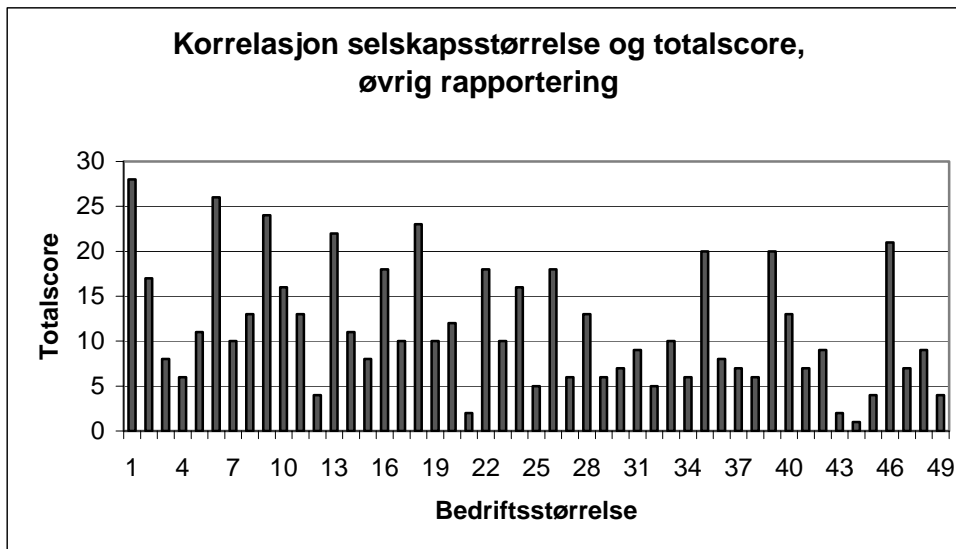
Figur4.3 Sammenheng mellom selskapsstørrelse og totalscore i styrets beretning (absolutte tall)⁸

Her kan man med det blotte øye se at det ikke er noe betydelig sammenheng mellom størrelsen på selskapet og kvaliteten på rapporteringen totalt sett. Selv om det er en svak tendens til dårligere rapportering blant de mindre selskapene, finner man også god rapportering blant noen av de minste selskapene⁹. Det er altså ikke slik at kun de store bedriftene har ressurser til å skrive gode rapporter. Flere av de større bedriftene rapporterer dårlig, og flere av de mindre bedriftene rapporterer godt. Hadde vi analysert de 500 største selskapene, er det imidlertid grunn til å forvente en sterkere sammenheng til fordel for de store bedriftene.

Vi finner omtrent identisk resultat for denne sammenhengen i den øvrige rapporteringen, altså blant de 49 selskapene som utgir separat informasjon.

⁸ Bedriftene er rangert etter omsetningsstørrelse, 1 er største selskap, 96 er minste selskap i utvalget.

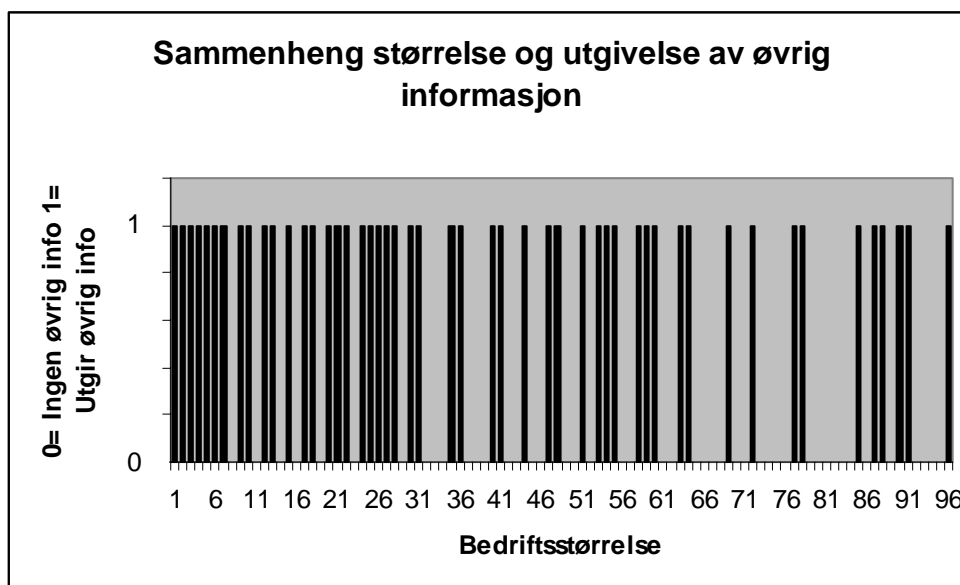
⁹ Ved en enkel bivariat regresjonsanalyse finner vi en signifikant sammenheng, og at selskapsstørrelse kan forklare 14,1 prosent av variasjonen i materialet (justert R²).



Figur 4.4. Sammenheng mellom selskapsstørrelse og totalscore øvrig info (absolutte tall)¹⁰

Også her ser man en svak, men ikke betydelig sammenheng¹¹.

Vi finner imidlertid en mye klarere sammenheng mellom størrelse på selskap og på utgivelse av øvrig informasjon utenfor styrets beretning, som vist i figur 4.5:



Figur 4.5 Sammenheng mellom selskapsstørrelse og utgivelse av øvrig info (absolutte tall)

Det er altså en sammenheng ved at større selskap *oftere* utgir separat informasjon om sitt samfunnsansvar. Dette funnet kan man koble opp mot funnet av at større selskap ikke scorer stort bedre enn små. Da finner man interessant nok at utgivelse av separat rapport ikke nødvendigvis medfører bedre rapportering totalt i styrets beretning.

En annen mulig hypotese for å forklare variasjon i rapporteringspraksis er *bransjetilhørighet*. Man kan tenke seg at for eksempel bransjeorganisasjonene er med å påvirke

¹⁰ Bedriftene er rangert etter omsetningsstørrelse, 1 er største selskap, 49 er minste selskap i utvalget.

¹¹ Sammenhengen er signifikant og selskapsstørrelse kan forklare 14,3 prosent av variasjonen i rapporteringen (justert R^2), altså praktisk talt identisk resultat som for styrets beretning ovenfor.

bedriftenes forhold til samfunnsansvar, og at vi derfor ville se mønstre i rapporteringen basert på hvilke bransjer bedriftene tilhørte. Man kan også tenke seg at en viss grad av "peer pressure", kontakter, felles utdanning/fagtilhørighet, konferanser eller andre bransjespesifikke arenaer skaper konvergens i rapporteringspraksis.

For å undersøke dette nærmere, kodet vi alle bedriftene etter bransje, totalt 9 kategorier¹². Heller ikke her fant vi noen klar sammenheng til rapporteringspraksis og totalscore – gjennomsnittsscoren for hver kategori var omtrent det samme, selv om standardavviket varierte noe (dvs. større spredning innad i gruppen). Bransjetilhørighet ser derfor heller ikke ut til å være en sterk forklaringsfaktor for vårt materiale. Her må det imidlertid tilføyes at utvalget er relativt lite, og at bransjeinndelingen er relativt grov. Det er derfor vanskelig å generalisere funnene utover denne undersøkelsen.

Det finnes en rekke andre potensielle forklaringsfaktorer bak rapporteringspraksis. En vanlig forklaring er å framheve forskjellen mellom de bedriftene som retter seg mot privatkonsumenter, og som dermed har en større offentlig eksponering og mer sårbar merkevare mht. kritikk. Disse bedriftene kan ha et større incentiv for å rapportere og profilere seg på samfunnsansvar, enn de bedriftene som retter seg mot bedriftsmarkedet og driver sin virksomhet mer skjermet fra offentlighetens øyne. En annen forklaring er at rapportering kan være et ledd i en bevisst merkevarebygging for enkeltbedrifter som ønsker å benytte nettopp samfunnsansvar ut fra strategiske mål om å kapre visse samfunnsbevisste segmenter i markedet. En tredje forklaring kan være individuelle faktorer. Enkeltindivider i bedriftens ledelse kan også ha et personlig engasjement og ta initiativ på bakgrunn av det. Disse mulige forklaringene har vi ikke grunnlag for å undersøke i vårt materiale, der hensikten har vært å få til en primær kartlegging av faktisk praksis.

4.5 Rapportering som bidrag til bærekraftig utvikling

Rapportering kan i seg selv aldri bli mer enn et middel for å nå et mål, nemlig målet om en mer bærekraftig utvikling i næringslivet. Rapportering har til en viss grad blitt gjort til et mål i seg selv pga. all oppmerksomheten rundt dette internasjonalt. Organisasjonene SustainAbility og AccountAbility har pekt på at rapportering nå lider av et troverdighetsproblem. For det første etterlyser de større "materiality", eller substans/relevans, i rapporteringen. Bedriftene bør altså i større grad identifisere de mest relevante rapporteringstemaene for sin bedrift, og begrunne dette på en meningsfull måte. Uten en slik begrunnelse, kan en tilsynelatende solid rapport i realiteten fokusere på de minst betydningsfulle sidene ved virksomheten, og uten at leseren kan vurdere dette.

For det andre etterlyser de troverdighet i form av etterrettelighet, sammenlignbarhet, verifisering og åpenhet omkring styringssystemer. Selv de beste rapportene, som er basis for SustainAbilitys studier, oppfyller altså ikke til fulle det grunnleggende informasjonsbehovet. Spesielt bekymringsfullt er dette siden lengden på rapportene i deres utvalg har økt med 45 prosent fra år 2000 til 2002, uten en tilsvarende økning i kvaliteten (SustainAbility 2003a:31).

¹² Bransjeinndelingen er hovedsakelig basert på MMIs inndeling for undersøkelsene "Profil store norske bedrifter" (www.mmi.no): 1. Bank, finans, forsikring, 2. Olje- og gassrelatert virksomhet, 3. Varehandel, 4. Industri, 5. Tjenester og media, 6. Nærings- og legemidler, 7. Transport, reiseliv, shipping, 8. Teknologi, 9. Annet

De samme funnene gjelder for vårt norske materiale. Det er vanskelig å vurdere rapportene, både med hensyn til deres validitet og reliabilitet. For det første er det ofte store mangler knyttet til materialitet. Som leser sitter man ofte igjen med en usikkerhet om man er presentert et komplett og representativt bilde av bedriftens samfunnspåvirkning etter å ha lest rapporten. Etterretteligheten er også vanskelig å bedømme. Den ikke-finansielle informasjonen som gis i årsrapporten er ikke revisjonspliktig, slik den finansielle informasjonen er. 9 av de 49 separate rapportene er verifisert av en uavhengig tredjepart, men den verifisering som tilbys fra konsulentselskap er etter vår vurdering mangelfull. Det finnes ingen standard for hva som skal verifiseres eller hvordan det skal gjøres per i dag (AccountAbility 2003). Det er generelt lite åpenhet omkring metoder og rapporteringssystemer fra bedriftenes side, så det er vanskelig for leseren å etterprøve holdbarheten til informasjonen som presenteres.

Videre er det vanskelig for leseren å vite noe om ledelsens engasjement og forpliktelse i forhold til den øvrige rapporteringen utenfor styrets beretning, ettersom denne informasjonen kan være utarbeidet av PR-avdelingen, satt ut til et konsulentselskap eller reklamebyrå. Så lenge rapportene ikke inneholder en eksplisitt forpliktelse fra styret eller ledelsen, er det vanskelig for leseren å bedømme viktigheten av informasjonen og hvilken rolle samfunnsansvar spiller i bedriften.

Generelt er sammenlignbarheten i materialet dårlig. Det finnes ingen autoritative rapporteringsstandarder som kunne ha gjort det lettere for leserne å sammenligne informasjon fra forskjellige bedrifter. Global Reporting Initiative (GRI) er den mest utbredte og anerkjente standarden internasjonalt, men denne oppfattes som for omfattende for mange norske bedrifter. Mange bedrifter har større tro på de bransjespesifikke indikatorene fra GRI, men de synes ikke å være brukt eller nevnt i vårt materiale. På sikt kan man imidlertid håpe at rapporteringen strømlinjeformes og at det oppstår enighet om visse indikatorer. En mulig sammenligning her, er HMS-rapportering. Denne typen rapportering var kontroversiell til å begynne med, og det ble ansett som "umulig" å måle slike forhold. I dag er HMS-rapportering godt og delvis juridisk etablert. Dette kommer muligens av at det er enighet om en rekke sentrale indikatorer, som for eksempel sykefravær, skadestatistikk og et dokumentert oppfølgingssystem for HMS-mål (jf. Internkontrollforskriften). Kanskje kan man trekke en parallell her til bærekraft-rapportering? Det synes i alle fall å være en gryende enighet innen miljørapportering om at energi, transport og avfall er sentrale tema for måling og rapportering, og flere bedrifter kan nå presentere tidsseriedata på disse indikatorene. Kanskje vil det samme skje innen rapportering på sosiale forhold. En slik formell eller uformell konvergens omkring rapporteringsindikatorer vil etter vårt syn være en betingelse for mer meningsfull og sammenlignbar rapportering. Denne utviklingen vil derfor være et sentralt forsknings-anliggende mht. bærekraftsrapportering framover.

Også i det norske materialet finner vi spor av det som omtales som "teppebombings-syndromet" (SustainAbility 2003a). Enkelte rapporter er svært lange, med utførlige illustrasjoner og beskrivelser på opp mot 100 sider. Dette skaper ikke nødvendigvis økt innsikt hos leseren. Tatt i betraktning at det begynner å bre seg en viss "rapporterings-tretthet" både blant bedrifter og intenderte lesere, er det på sin plass å minne om at kvantitet ikke garanterer kvalitet i rapporteringsfaget. Flere av de rapportene som får toppscore i undersøkelsen, er korte og konsise. Det utgis mange ulike rapporter, og det er viktig å ha en ide om kost/nytte-verdi ved den informasjonen som inkluderes. Her er det

også viktig å skille mellom rapportering i et markedsføringsperspektiv versus i et bærekraftsperspektiv. I et bærekraftsperspektiv, er det selve samfunnsinformasjonen som må veie tyngst, selv om god markedsføring godt kan være en heldig bieffekt for bedriften. Relevans, forståelighet, presisjon, etterprøvbarehet, sammenlignbarhet og en klar presentasjon av styringssystem og ledelsens forpliktelser er etter vår vurdering det sentrale i et bærekraftsperspektiv. Her er det et stort forbedringspotensial for bedriftene i det norske materialet.

4.6 Hva kan skape bedre bærekraftsrapportering i norske bedrifter?

Rapportering skal være et verktøy, ikke et mål i seg selv. Basert på analysen av datamaterialet og ProSus' øvrige forskning på tema, vil vi oppsummere med følgende punkter:

- Bedriften bør rapportere etter **bærekraftsprinsippet** og ideen om den tredelte bunnlinjen, dvs. integrere økonomisk, miljømessig og sosial rapportering.
- Rapporteringen bør være et **styringsverktøy** for ledelsen – et dokument som måler progresjon og måloppnåelse og som ledelsen bruker aktivt for å forbedre bedriften.
- Ikke-finansiell informasjon bør kort presenteres eller oppsummeres i **styrets beretning**, gitt den formelle og strategiske status dette dokumentet har og det omfanget det distribueres i.
- Styret og bedriftsledelsen bør signere eller på annen måte stille seg bak informasjonen gitt i separate rapporter for å vise **eierskap** og ansvar i forhold til en effektiv oppfølging.
- Rapporten bør gjøre en gjennomsnittlig leser i stand til å gjøre seg opp en informert mening om bedriftens bidrag til bærekraftig utvikling. **Leservennlighet**, relevans og systematikk er avgjørende.
- **Troverdighet** og etterrettelighet bør økes. Dette kan gjøres gjennom tredjepartsverifisering, åpenhet om problemer og dilemmaer og rapportering på progresjon og måloppnåelse
- **Sammenlignbarheten** bør økes. Her har bransjeorganisasjonene og myndighetene en jobb å gjøre for å finne fram til felles **standarder og indikatorer** som er relevante for alle bedrifter, for eksempel energi, avfall og transport.
- Materialet indikerer at myndighetenes bruk av regulative virkemidler har hatt effekt på både kvaliteten og kvantiteten ved miljørapportering. På nasjonalt nivå bør dette tas i betraktning når man fatter **politiske beslutninger** omkring rapporteringsplikt på ikke-finansiell informasjon i næringslivet, da spesielt i Regnskapsloven og oppfølgingen av Nasjonal Agenda 21.

LITTERATUR

- AccountAbility (2003): *The State of Sustainability Assurance*. London: AccountAbility
- Andriof, Jörg og Waddock, Sandra (2003): "Unfolding Stakeholder Management" i Andriof, Jörg mfl.: *Unfolding Stakeholder Thinking. Theory, Responsibility and Engagement*. Sheffield: Greenleaf Publishing
- Bendel, Jem (2000): *Terms for Endearment. Business, NGOs and Sustainable Development*. Sheffield: Greenleaf Publishing
- Dagens Næringsliv (2003): *DN 500* [online]: <http://www.dn.no/dn500/index.jsp?action=p500storsteList>
- FN (1993): *Earth Summit Agenda 21. The United Nations Programme of Action from Rio*. Geneva: United Nations Department for Public Information
- Kommunal- og arbeidsdepartementet: *Forskrift om systematisk helse-, miljø- og sikkerhetsarbeid i virksomheter*. Oslo: Tiden Norsk Forlag
- KPMG (2002): *KPMG International Survey of Corporate Sustainability Reporting 2002*. De Meern: KPMG Global Sustainability Services
- Lafferty, William (2002): "Introduction: Grounding the Evaluation of 'Sustainable Development' ". I: Lafferty, William, Nordskog, Morten og Aakre, Hilde Annette: *Realizing Rio in Norway*. Oslo: ProSus
- Miljøverndepartementet (2003): LOV 2003-05-09 nr 31: Lov om rett til miljøinformasjon og deltakelse i offentlige beslutningsprosesser av betydning for miljøet (miljøinformasjonsloven). Lovdata [online]: <http://www.lovdata.no/all/hl-20030509-031.html>
- NHO (2001): *Verdier i NHO-bedrifter*. [online]: [http://www.nho.no/hovedweb/hovedweb.nsf/33d16105b2e36beac1256af7004c5d81/340fe991522c4625c1256bf0004a69f3/\\$FILE/Verdier%20i%20NHObedrifter.pdf](http://www.nho.no/hovedweb/hovedweb.nsf/33d16105b2e36beac1256af7004c5d81/340fe991522c4625c1256bf0004a69f3/$FILE/Verdier%20i%20NHObedrifter.pdf)
- NHO (2004): *Hva må likestillingsrapporteres?* [online]: <http://www.nho.no/hovedweb/hovedweb.nsf/d786a901065442e9c1256a77002a41fe/d8f1af7b98041832c1256e1b00510331?OpenDocument>
- OECD (2002): *Sustainable Development Strategies. A Resource Book*. London: Earthscan
- Oslo Børs (2004): *Hva er Corporate Governance?* [online]: <http://www.oslobors.no/ob/hvaercg>
- Ruud, Audun og Mosvold Larsen, Olav (2002): *Miljørapportering i årsberetningen: Følger norske bedrifter Regnskapslovens pålegg?* Rapport 8/2002. Oslo: ProSus
- Ruud, Audun, og Mosvold Larsen, Olav (2003): *Miljørapportering i større norske foretak: Fungerer Regnskapsloven etter intensjonen?* Rapport 5/2003. Oslo: ProSus
- SustainAbility (2001): *Buried Treasure. Uncovering the Business Case for Corporate Sustainability*. London: SustainAbility
- SustainAbility (2003a): *Trust Us. The Global Reporters 2002 Survey of Corporate Sustainability Reporting*. London: SustainAbility Ltd.
- SustainAbility (2003b): *The Global Reporters. Sustainability Reporting Assessment Methodology May 2003*. [online]: <http://www.sustainability.com/publications/engaging/SustainAbility-Global-Reporters-Methodology-2003.pdf>
- Vedung, Evert (1997): *Public policy and program evaluation*. New Jersey: Transaction Publishers
- Verdenskommisjonen for miljø og utvikling (1987): *Vår felles framtid*. Tiden Norsk Forlag

VEDLEGG 1

Liste over selskap inkludert i undersøkelsen, hentet fra Dagens Næringslivs liste over de 500 største selskapene etter omsetning. Sortert etter omsetningsstørrelse.

1	Statoil ASA	48	Fokus Bank ASA
2	Norsk Hydro ASA	49	Norges Råfisklag
3	Telenor ASA	50	Wilh. Wilhelmsen ASA
4	Aker Kværner	51	Stiftelsen DNV
5	Orkla ASA	52	Nordea Liv AS
6	Storebrand ASA	53	Dyno Nobel Holding ASA
8	DNB Holding	54	Jotun AS
9	Total E&P Norge AS	55	Merkantldata ASA
10	Norgesgruppen ASA	56	Vesta Forsikring AS
11	Norsk Skogindustrier ASA	57	Varnerguppen AS
12	Statoil Deltalj Skandinavia AS	58	Moelven Industrier ASA
13	Norsk Shell AS	59	Pan Fish ASA
14	Gjensidige Nor ASA	60	Netcom ASA
16	Nordea Bank Norge ASA	61	Torvald Klaveness Gruppen
17	Gjensidige Nor Forsikring	62	Odfjell ASA
18	Reitan Handel AS	63	Bama Gruppen AS
19	SAS Norge	64	O.N. Sunde AS
20	Posten Norge	65	EDB Business Partner ASA
21	Aker RGI	66	Fjord Seafood ASA
22	Coop NKL BA	67	Amersham Health AS
23	Tine Gruppa	68	Umoe AS
24	Kommunal Landspensjonskasse	69	Olav Thon Gruppen
25	ABB Holding AS	70	Expert ASA
26	Bravida ASA	71	Kverneland ASA
27	Veidekke ASA	72	Felleskjøpet Øst Vest BA
28	Norsk KjøttSamvirke BA	73	Optimera Gruppen AS
29	Statkraft	74	Ferd Holding AS
30	Elkem ASA	75	Siemens AS
31	A.L. Industrier AS	76	Hewlett-Packard Norge AS
32	Norsk Tipping AS	77	Nor-Cargo ASA
33	Statnett SF	79	NRK AS
34	BP Norge AS	80	Bauda AS
35	Petroleum Geo Services ASA	81	Smedvig ASA
36	Schibsted ASA	82	Bergesen d.y. ASA
37	Norges Statsbaner AS	83	Kommunalbanken AS
39	Møller Gruppen AS	84	ISS
40	Aktieselskapet Vinmonopolet	85	Norgros AS
41	Hafslund ASA	86	VIA Gruppen AS
42	Sparebank 1 Gruppen AS	87	Sparebanken Nord-Norge
43	Kongsberg Gruppen ASA	88	AF Gruppen ASA
44	Cermaq ASA	89	Sparebanken Midt-Norge
45	Hydro Texaco AS	90	Sparebanken Vest
46	Norsk Agip AS	91	Leif Høegh & Co ASA
47	Bertel O. Steen AS	92	Rieber og Søn ASA

93	International Business Machines AS	97	Lyse Energi AS
94	Fred. Olsen Energy ASA	98	Nordlandsbanken ASA
95	Prosafe ASA	99	Chioce Hotels Scandinavia ASA
96	Fortum Petroleum AS	100	Tinfos AS